

FÉVRIER 2024



PHYFA

PHYSical Fantasy league



Helena Yung

Louis Avisse

Marie Majou

Manon Larbey

Adrien Millot



JOUE-LA
COMME

Sommaire

1 : Cadrage

1.1 Notre commanditaire	3
1.2 Le contexte	4
1.3 La séance de cadrage	5
1.4 Organisation et collaboration	6
1.5 Définir notre planning	8

2 : Recherche

2.1 Recherche secondaire	10
2.2 Notre problématique	14
2.3 Recherche primaire	15
2.4 Nos personae	24

3 : Idéation

3.1 De la co-conception pour définir le concept Phyfa	25
3.2 Conception de Phyfa	27

4 : Conception

4.1 Notre point de départ : l'audit	30
4.2 Les parcours	31
4.3 De la conception à la réalisation	32
4.4 La conception des wireframes	34
4.5 La réalisation de notre prototype	38

5 : Tests

5.1 Élaborer un protocole d'évaluation de l'expérience utilisateur	39
5.2 Recruter un échantillon d'utilisateurs	41
5.3 Animer la passation des tests	41
5.4 Rapports de test	42

6 : Pilotage

6.1 La répartition des tâches	46
6.2 Notre diagramme de Gantt	46
6.3 Et après ?	48
6.4 Management des parties prenantes	50
6.5 Budgétisation du projet "Phyfa"	51
6.6 Nos livrables	52

Remerciements

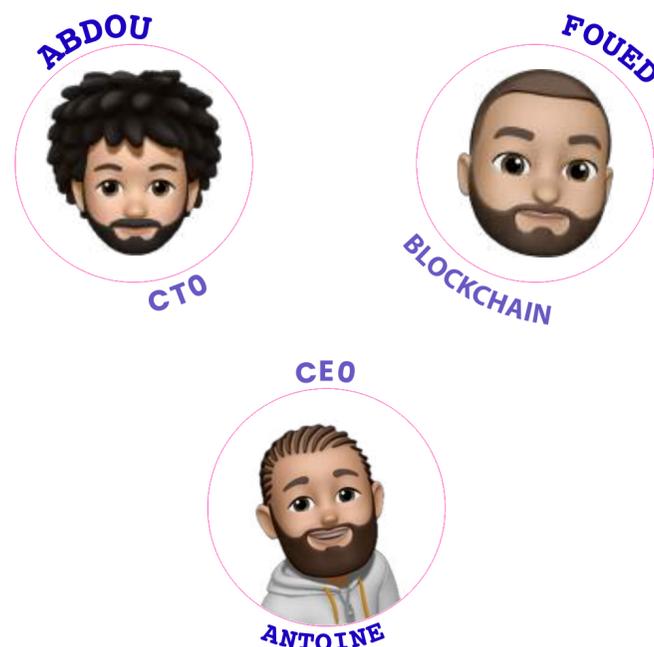
Annexes

1 - CADRAGE

1.1 NOTRE COMMANDITAIRE

Créée à l'initiative d'Antoine Lérault (CEO et fondateur), Abdou Habaieb (CTO) et Foued (expert Blockchain), Joue-La Comme est une startup incubée à Station F* (Paris). Elle a pour mission de réinventer le divertissement des fans de sport.

La startup propose aux clubs de football une plateforme SaaS de fan-engagement. L'objectif est d'engager, de fidéliser et de monétiser leurs communautés à travers des expériences de fans uniques fusionnant des activités sportives IRL (In Real Life) et digitales.



LE BRIEF

Joue-La Comme a sollicité la promotion DPDUX 2024 de Gobelins Paris pour l'aider à concevoir son futur produit destiné aux amateurs de sport : **PHYFA pour PHYSical Fantasy League.**

Leur idée ? Concevoir une application, couplée à un capteur, permettant à des fans de sport de participer à des tournois virtuels (appelés Fantasy League) tout en relevant des défis sportifs.

*Station F est un incubateur de startups situé dans le 13e arrondissement de Paris. Il est considéré comme le plus grand incubateur de startups au monde.

La Phantasy League c'est quoi ?

La Fantasy League est un type de jeu où les participants créent et gèrent leur propre équipe sportive fictive composée de joueurs réels. Ces équipes fictives s'affrontent les unes contre les autres en fonction des performances réelles des joueurs lors de vrais matchs et événements sportifs.

Les participants choisissent leur équipe en sélectionnant des joueurs réels de différentes équipes professionnelles. Les performances de ces joueurs réels, telles que les points marqués, les buts marqués, les passes décisives, etc., sont ensuite converties en points pour l'équipe fictive du participant. Les équipes virtuelles s'affrontent ensuite les unes contre les autres, et les résultats sont déterminés en fonction des performances réelles des joueurs sur le terrain.

La Fantasy League est populaire dans de nombreux sports tels que le football ou le basketball. Les participants peuvent jouer entre amis, en famille, ou rejoindre des ligues en ligne où ils rivalisent avec d'autres amateurs de sport. Ce concept ajoute une dimension ludique et compétitive à suivre les événements sportifs, permettant aux participants de vivre une expérience immersive en tant que gestionnaires d'équipe.



En raison des contraintes de temps et de la stratégie du commanditaire, nous nous sommes concentrés sur un seul sport : le basketball.

1.2 LE CONTEXTE

Notre travail se concentre donc sur leur idée de développer ce nouveau produit B2C (PHYFA) qui devra permettre à des joueurs amateurs de prendre part à un jeu de fantasy league sportive (ici du basketball, à la demande d'Antoine notre commanditaire). Ce nouveau jeu proposerait, et c'est là que réside la nouveauté : des challenges sportifs réels (course à pied, dribble, sprints...).

Plusieurs points ont attirés notre attention lors du brief d'Antoine :

LE MONDE DE LA FANTASY LEAGUE SPORTIVE ?

Monde inconnu pour la plupart des membres de l'équipe, nous avons dû nous immerger dans cet univers. En lisant des articles sur Internet, en testant des applications de Fantasy League, en discutant avec des amis qui y jouent, nous sommes petit à petit arrivés à monter en compétence sur le sujet. Le tout dans un laps de temps très court (moins d'un mois).

UN CAPTEUR DE MOUVEMENTS ?

La mesure de la réalisation de ces challenges sportifs se ferait à l'aide d'un capteur de mouvement miniature, identique à celui présent dans les montres connectées actuelles. Nous prendrons le temps, lors de la phase de recherche secondaire, de nous renseigner sur l'offre et la technologie relative à ces capteurs. Lors de la recherche primaire, nous interrogerons également les utilisateurs à ce sujet.



(c) Movesense

DES NFTS ?

Lors du brief initial, Antoine nous explique qu'il a également l'idée d'explorer le monde des NFTs à travers ce projet de Fantasy League (PHYFA). Il n'a pas d'idée précise sur la question, mais imagine déjà un avenir pour l'application qui s'appuierait sur l'économie crypto via la vente/achat de NFTs par ses futurs joueurs.



(c) NBA Top Shot

Ce point nous semble extrêmement intéressant et prometteur, mais il est assez éloigné des enjeux de notre formation à Gobelins et difficile à exploiter en si peu de temps, compte tenu de l'ampleur globale de ce projet. Néanmoins, nous avons utilisé la recherche primaire pour recueillir des insights auprès des utilisateurs.

Ce sera donc un point qui sera abordé lors de la session de cadrage avec l'équipe de Joue-La Comme.

Les NFTs c'est quoi ?

Les NFTs, ou jetons non fongibles, sont des actifs numériques uniques enregistrés sur une blockchain, souvent utilisés pour représenter la propriété ou la provenance d'œuvres d'art, de vidéos, de musiques, ou encore de cartes collectibles, par exemple. Chaque NFT est distinct et possède des informations spécifiques garanties par la technologie de la blockchain, conférant ainsi une rareté et une authenticité inaltérables.

1.3 LA SÉANCE DE CADRAGE

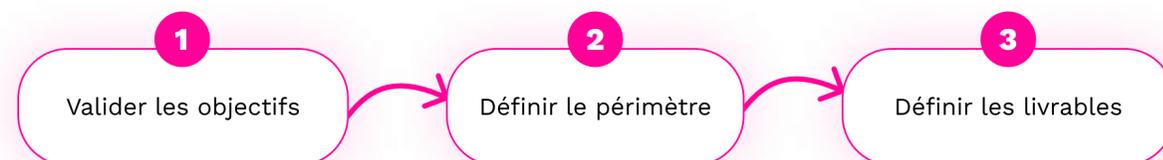
KICK OFF

Pour lancer le projet, nous avons prévu un kick-off de 3 heures à Station F dans le but de nous aligner avec Antoine sur la compréhension du sujet, des objectifs et des livrables : un tableau Figjam nous a servi de support pour animer la séance.

Dans un souci d'efficacité, nous avons préparé cette réunion, envoyé l'agenda et les sujets que nous souhaitons aborder à l'équipe de Joue-La Comme afin qu'ils préparent leurs réponses.

▷ Voir annexes 1

Cette séance, qui a été la point de départ de notre travail, nous a permis de :



1.3.1. VALIDER LES OBJECTIFS

OBJECTIFS PRINCIPAUX

- 🎯 Proposer un concept de jeu mêlant la fantasy league et les challenges sportifs.
- 🎯 Concevoir les wireframes de l'onboarding du jeu.

OBJECTIFS SECONDAIRES

- 🎯 Créer un prototype de ce jeu, le plus réaliste et fidèle possible au concept proposé.

1.3.2. DÉFINIR LE PÉRIMÈTRE

En raison des contraintes de temps que nous avons et du nombre d'idées proposées par Antoine (le fondateur), nous avons défini un périmètre de travail incluant nos objectifs. Nous avons également discuté d'un périmètre "élargi" que nous nous gardions "en réserve", utile ou non en fonction des éléments que nous allons découvrir lors de la phase de recherche utilisateur.

PÉRIMÈTRE PRINCIPAL :

- ENSEIGNEMENTS DE LA RECHERCHE UTILISATEUR.
- UN CONCEPT DE JEU.
- UN PROTOTYPE FIGMA DE L'APPLICATION.

PÉRIMÈTRE "DE RÉSERVE" :

- LES FONCTIONNALITÉS LIÉES AU CAPTEUR DE MOUVEMENT.
- LE LIEN AVEC LA NOTION DE NFT.

D'un commun accord avec Antoine, nous avons décidé de nous concentrer sur un seul sport : le basketball, car cela correspond à la stratégie globale de Joue-La Comme. Nous avons donc exclu de notre périmètre les autres sports.

1.3.3. DÉFINIR LES LIVRABLES

- Une étude du marché.
- Questionnaire/interview : recherche primaire.
- Étude de la cible : les personae et leurs parcours.
- Définition du concept de l'application.
- Les maquettes et prototype.

1.4 ORGANISATION ET COLLABORATION

1.4.1. NOTRE ÉQUIPE PROJET

Pour répondre aux exigences de notre commanditaire, nous avons formé une équipe projet composée de cinq membres, en répartissant les rôles essentiels en fonction des préférences individuelles. L'objectif était de favoriser le développement des compétences et l'épanouissement de chaque membre tout au long du projet.

Bien entendu, nous avons considéré ces rôles avec souplesse et les avons très souvent dépassés et/ou interchangés en fonction des besoins.



Louis

UX lead



Marie

UX researcher



Manon

chefe de projet



Adrien

directeur de projet



Helena

UX designer

LA COORDINATION INTERNE

En raison des contraintes liées à nos agendas scolaires et professionnels, nous disposons de 3 sessions de cours en commun, de 7 jours chacune. Le reste du temps, nous étions en entreprise.

Par conséquent, nous avons utilisé les sessions de cours pour le travail en groupe, notamment les phases d'idéation, de conception, de tests et les rencontres en présentiel avec notre commanditaire (à Station F).

Pendant les périodes en entreprise, nous avons travaillé sur la phase de recherche utilisateur, la phase de prototypage low-cost et celle de conception. Nous n'avons pas ressenti le besoin de tenir des points en présentiel, car les outils de communication nous ont permis d'échanger de manière simple et efficace entre nous, ainsi qu'avec notre commanditaire, lorsque cela était nécessaire.

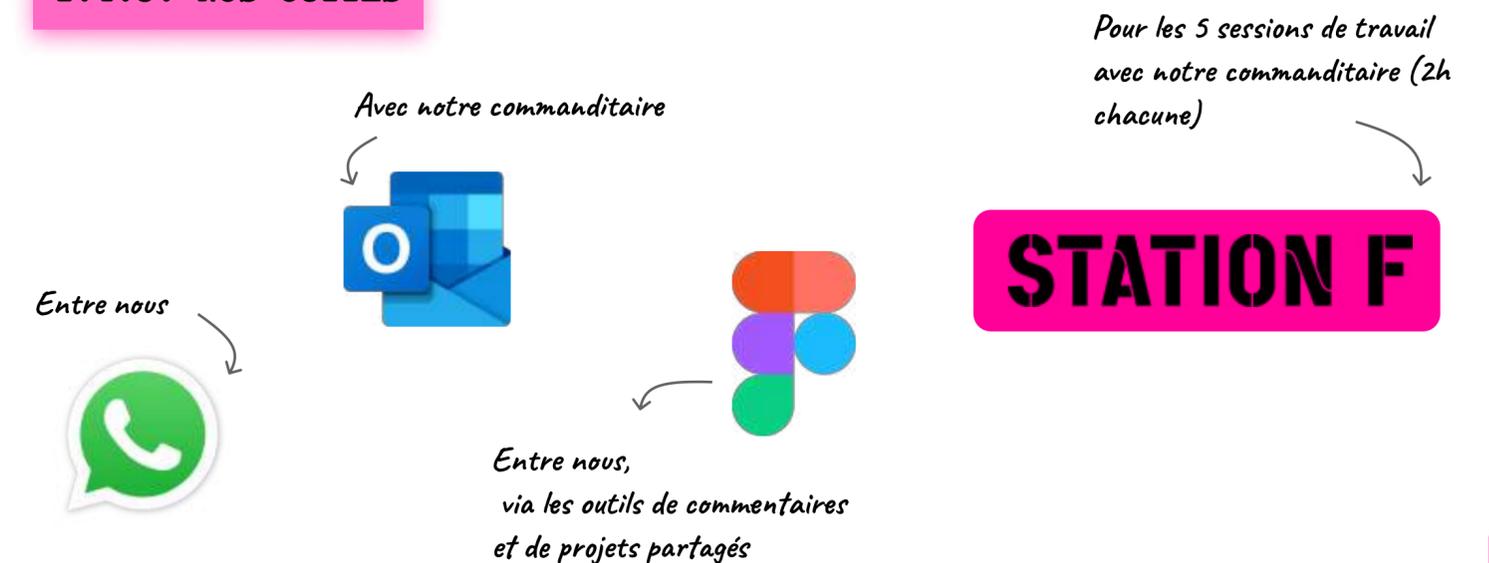
1.4.2. UNE ORGANISATION EN SPRINT

Plus spécifiquement, nous avons vu l'opportunité de travailler en agilité, sous forme de sprints de 5 à 7 jours en fonction du sujet. Par exemple, pour la création de notre early prototype (cf. détails p 16), nous l'avons pensé, conçu et lancé en 5 jours, nous permettant de récolter des feedbacks utilisateurs très rapidement. Cette rapidité et cette efficacité n'ont été possibles que grâce à l'implication totale et à la disponibilité des 5 membres de l'équipe.

En se répartissant les tâches (recruter nos utilisateurs, concevoir le prototype, gérer le test, analyser les résultats...), nous avons pu comprendre concrètement l'intérêt et la puissance de cette méthode.

Enfin, certains sprints, comme celui de la co-conception, ont été organisés en y incluant nos commanditaires par le biais d'ateliers spécifiques. Cela nous a permis de nourrir notre travail de leur expertise très rapidement, mais aussi de partager avec eux nos méthodes de Design Thinking.

1.4.3. NOS OUTILS



1.4.4 RÉPARTITION DES NIVEAUX DE CONTRIBUTION : UNE MATRICE RACI

Bien qu'ayant gardé une grande souplesse sur la répartition des rôles au sein de l'équipe, nous avons souhaité préciser le niveau de responsabilité de chaque membre, par phase du projet (c'est-à-dire celles identifiées dans notre rétro-planning ci-après).

Pour ce faire, nous avons utilisé la matrice de responsabilité "RACI". Cela nous a permis de savoir à qui s'adresser en priorité suivant les sujets, évitant ainsi de mobiliser l'attention de l'équipe entière à chaque questionnement.

	Manon cheffe de projet	Marie UX researcher	Louis UX lead	Helena UX/UI designer	Adrien directeur de projet
DISCOVERY					
• Recherche secondaire	A	C	C	C	R
• Recherche utilisateur	A	R	C	C	C
• Synthèse	A	C	R	C	C
CONCEPTION					
• Persona/Co-conception	R	C	C	C	C
• Parcours/Wireframes	A	C	C	R	C
• Prototype V1	C	C	C	R	A
• UI design	C	C	A	R	C
TESTS					
• Tests utilisateur	A	R	C	C	C
• Synthèse	A	R	C	C	C
LIVRAISON LOT 1					
• Itérations post-tests	R	C	C	C	A
• Qualité	R	C	C	C	A
ITÉRATIONS					
• Prototype V2	C	R	C	C	A

Matrice RACI du projet PHYFA

Légende :

- A**ccountable : Celui qui valide (implication très forte) - mécène
- R**esponsable : Celui qui produit et coordonne (implication forte) - lead chantier
- C**onsulted : Celui qui contribue (implication moyenne) - contributeur actif
- I**nformed : Celui qui reçoit des infos (implication basse) - contributeur passif

Nous avons fait le choix en début de projet de nommer une seule personne par phase qui soit "Accountable", c'est-à-dire en charge de la validation de cette phase. Ceci afin d'être clair dans la répartition de cette responsabilité essentielle.

De même, nous avons pris le parti de ne pas définir de personne pour les rôles de "Informed" (c'est-à-dire Contributeur passif qui reçoit les infos) car tout le monde devait être a minima contributeur (c'est-à-dire "Consulted").

Cette répartition a permis de définir et d'ancrer un cadre clair pour définir les responsabilités de chacun. Nous nous y sommes référés chacun à différents moments du projet.

Quels enseignements ?

Certains étaient sceptiques concernant le besoin de cette matrice. Nous nous sommes vite rendu compte de son utilité dès le début du projet.

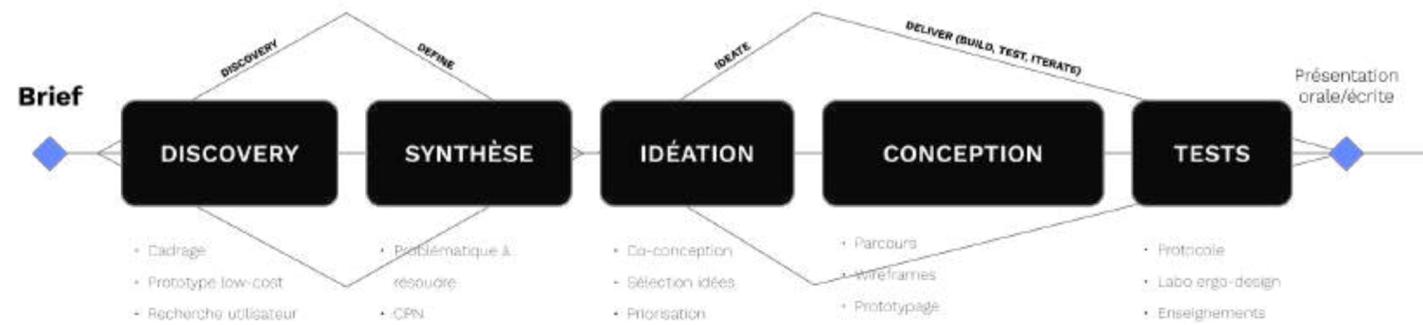
Il n'y a rien de pire que de ne pas savoir qui est responsable de quoi dans un projet. Grâce à ce modèle "RACI", nous avons une idée précise du "owner" de chaque phase du projet (c'est-à-dire Accountable). Cette information étant partagée avec tous, nous pouvions connaître le rôle de chacun facilement.

Toutefois, cela ne nous a pas empêché de garder de la souplesse et de dépasser notre niveau de contribution si cela était nécessaire, toujours en coordination avec l'ensemble de l'équipe.

1.4.5. NOTRE ROADMAP

Notre projet B2C "PHYFA" étant complètement indépendant, nous n'avons aucune contrainte liée à un projet déjà existant. Ceci nous a permis de construire une roadmap adaptée au projet.

Un des objectifs pédagogiques de ce projet étant d'utiliser une démarche design centrée utilisateur, nous avons décidé de construire notre projet autour des 5 phases de design thinking :



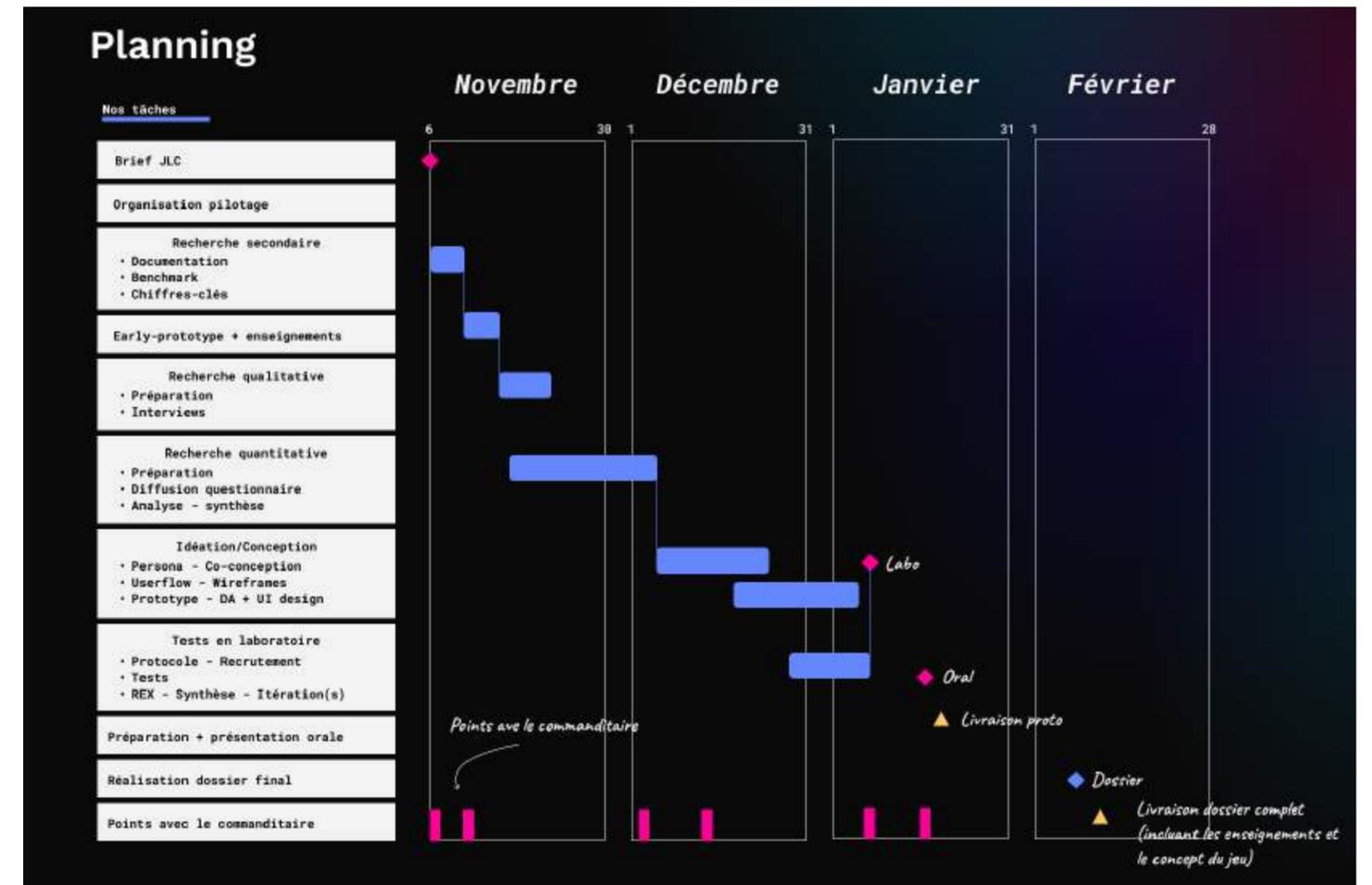
Pour construire notre roadmap, voici les informations que nous avons réunies :

- Les dates de présentations orale et écrite imposées par Gobelins,
- Les phases du design thinking
- Les tâches associées à chaque phase et une estimation de leur durée respective
- Les interdépendances (utile pour le diagramme de Gantt qui va suivre)
- Les points de rencontres, réels ou supposés, avec notre commanditaire

C'est avec toutes ces informations que nous avons construit notre rétro-planning (cf. page suivante).

1.5 DÉFINIR NOTRE PLANNING

Nous avons réalisé un macro-planning en partant des dates de rendu pédagogiques (oral et écrit) et des macro-tâches à effectuer durant ce projet. Nous l'avons rapidement partagé avec notre commanditaire. Il a bien sûr évolué au fil du projet, mais nous a permis de situer notre travail dans le temps et de nous coordonner pendant les différentes phases du projet.



▷ Voir Diagramme de Gantt p.47

Conclusion cadrage du projet

Pour mener à bien cette phase de cadrage, et compte tenu des contraintes relatives à ce projet commandité, nous avons retenu les enseignements suivants :

- **Comprendre les besoins du commanditaire** - Nous n'avons pas hésité à questionner voire même challenger notre commanditaire dès le début et tout au long de notre projet.
- **Border le périmètre rapidement** - Être totalement transparent avec notre commanditaire quant aux limites de notre travail, exprimer clairement nos attentes envers lui, et vice versa.
- **S'organiser précisément tout en restant flexible** - L'agilité a été au cœur de notre méthode de travail, nous permettant de concentrer nos efforts aux moments opportuns, tout en maintenant une distance critique vis-à-vis de notre travail.
- **Soigner particulièrement les premiers échanges avec le commanditaire** - Pour établir un niveau élevé de confiance qui se révélera bénéfique tout au long du projet. Nous n'avons pas hésité à entamer des discussions très tôt, dès le lendemain du brief, puis à distance et en présentiel.



EN BREF

Comprendre le besoin

Border le périmètre
de notre action

Planifier tout en
restant souple

Soigner les échanges

2 - RECHERCHE



Une fois le cadrage terminé, nous sommes passés à la phase de recherche. Le but était de recueillir des informations pertinentes et utiles qui nous serviraient pour les phases d'idéation et de conception.

L'enjeu dans cette recherche était également de déceler à quel problème ou besoin la solution Phyfa pouvait répondre, quels pouvaient être nos éléments différenciants face à la concurrence, et quels seraient nos utilisateurs/cible.

À la fin de cette phase de recherche, nous avons comme objectif de pouvoir dresser un portrait fictif (personae) de nos futures cibles.

Quelle est la part du marché mondial de la fantasy league ?

Les motivations et freins ?

Quels sont les profils des joueurs ?

Qui sont nos concurrents ?

Comment se différencier ?

2.1 RECHERCHE SECONDAIRE

Pour se familiariser avec le sujet que nous maîtrisons peu, nous avons débuté notre projet par la phase de recherche secondaire. Cette phase a été essentielle pour comprendre le concept de fantasy league, son marché, les concurrents directs et indirects ainsi qu'analyser nos opportunités. Nous avons élargi notre recherche aux applications sportives, qui proposaient des principes de challenges sportifs, ainsi que des applications proposant un concept autour des récompenses NFT. Nous avons également analysé et testé des applications qui utilisaient un capteur de mouvement pour enregistrer les données des utilisateurs.

2.1.1 UN MARCHÉ EN PLEINE EXPANSION

À notre grande surprise, nous avons découvert un marché en forte expansion, surtout aux États-Unis. En effet, nous avons remarqué qu'il existait une forte demande envers les applications sportives proposant des expériences innovantes et interactives. Les fans de sports passant majoritairement par des canaux digitaux pour suivre et réagir aux événements sportifs.

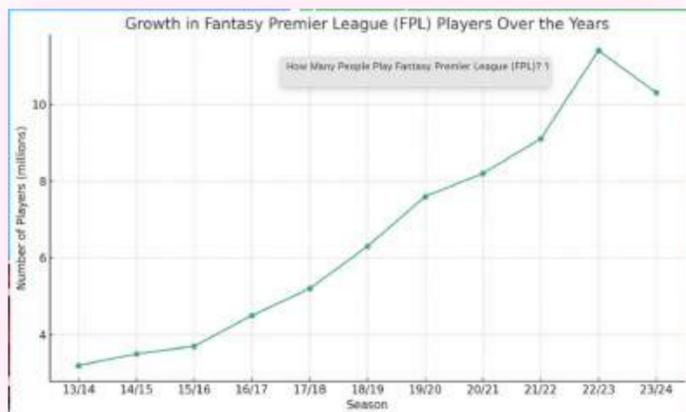
Avec le développement des technologies numériques, les fans peuvent maintenant suivre leurs équipes favorites en temps réel et participer à des jeux de fantasy leagues. Surfant sur l'engouement croissant des jeux en ligne, la fantasy league a su attirer les passionnés de sports, animés par l'aspect compétitif et interactif de ces plateformes.

► Voir extraits d'articles en annexe 2 p.58

x2

33.6 M\$, c'est la taille prévisionnelle du marché de la fantasy league (tout sports confondus) en 2025. Ce marché devrait **doubler** à l'horizon 2029.

Source : 12/2023 - PlayToday.co



Source : Paddy, Nov 2023, Attacking Football,



Aujourd'hui, ce sont des milliers d'utilisateurs qui jouent aux jeux de fantasy league : rien que sur FPL (Fantasy Premier League), un des acteurs dominant du marché, il a été compté environ 11 millions de joueurs en 2023.



“It is one of the sectors expected to lead the way in the future of iGaming”

2022 - PRAGUE POST by DAMIEN HAWKES

En parlant de la fantasy league.

2.1.2 IDENTIFIER NOTRE CIBLE POTENTIELLE



“L'intégration d'expériences immersives a renforcé l'engagement des utilisateurs et amélioré l'expérience globale des sports fantastiques. Ces technologies offrent aux utilisateurs un environnement plus interactif et plus réaliste”

Source : Paddy, Nov 2023, Attacking Football,



Des utilisateurs qui recherchent des interactions et fonctionnalités immersives et interactives, au plus proche de la réalité.

33m

33 millions, c'est le nombre de français qui déclarent suivre une activité sportive. Soit environ 1 français sur 2.

Source : Cdsport.com



Un marché français à fort potentiel, avec un intérêt considérable des amateurs de sport pour des expériences de fantasy league.

41%

C'est le pourcentage de fans qui sont susceptibles de s'engager dans des jeux de fantasy league en France.

Source : D'après une étude de Nielsen et LaLiga Tech de 2022



PROFIL MOYEN JOUEUR FANTASY LEAGUE

- 80% des joueurs sont des hommes
- 51,5% des joueurs ne sont pas mariés
- L'âge moyen des joueurs s'élève à 34 ans
- 78,1% des joueurs ont un diplôme universitaire
- En moyenne, le joueur de « Fantasy League » pratique cette activité depuis plus de 9 ans
- Le joueur moyen « consomme » près de 18 heures de sports par semaine
- Un joueur passe en moyenne près de 9 heures à jouer chaque semaine à une ou des « Fantasy league »
- Enfin, le sport le plus pratiqué dans le cadre des « Fantasy League » est le football américain (69,4% de l'activité), sport de loin le plus populaire aux Etats-Unis

Source : Le Figaro, 2014.



Un marché mature, avec un profil moyen type déjà connu, qui nous a servi de base pour sélectionner nos panels (ci-après).

► Voir extraits d'articles en annexe 2 p.58

2.1.3 UN MAPPING DE LA CONCURRENCE

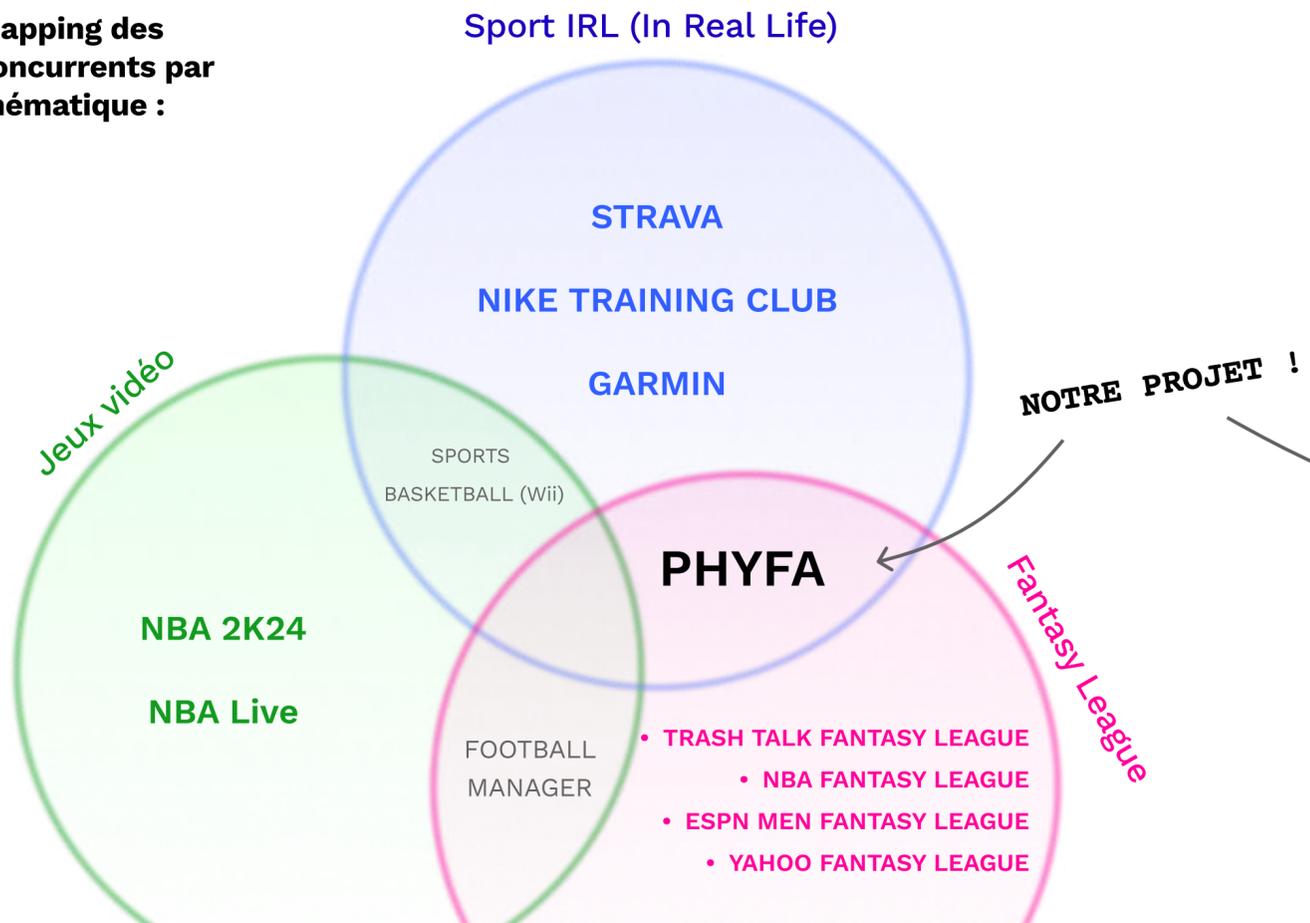
Dès le départ nous avons concentré notre analyse concurrentielle sur les acteurs des domaines suivants : **la Fantasy League, les challenges sportifs et les jeux vidéo.**

Nous avons également analysé les concurrents qui sont à l'intersection de plusieurs domaines (ex. Sport IRL et Jeux vidéo). Cette analyse nous a permis d'obtenir, par la catégorisation, une grille de lecture qui nous a aidé à positionner notre produit PHYFA.

C'est grâce à cette analyse que nous constatons **qu'il n'y a pas de plateforme existante qui réunisse la fantasy league et le sport.** Il y a donc une opportunité de créer un concept innovant !

► Voir audit compétitif en annexe 2 p.61

Mapping des concurrents par thématique :



Plateforme (mobile ou web)	Concept	Fantasy League	Sport IRL	Jeux vidéo
TRASH TALK FANTASY LEAGUE NBA FANTASY LEAGUE ESPN MEN FANTASY LEAGUE YAHOO FANTASY LEAGUE	Ces plateformes proposent des jeux de fantasy league basketball	X X X X		
STRAVA NIKE TRAINING CLUB GARMIN	Ces plateformes proposent des challenges sportifs réels		X X X	
NBA 2K24 NBA Live	Ces plateformes proposent des jeux vidéo de basketball			X X
FOOTBALL MANAGER	Cette plateforme propose de jouer le rôle d'un manager d'équipe de foot	X		X
SPORTS BASKETBALL (Wii)	Cette plateforme mélange le jeu vidéo avec l'activité physique réelle		X	X
PHYFA	Notre projet est de réunir l'univers de la Fantasy League avec celui des challenges sportifs réels	X	X	

2.1.4. ANALYSE DES OPPORTUNITÉS

Ensuite, l'analyse des parcours utilisateurs sur les plateformes concurrentes nous a permis de comprendre les points forts et faibles de chaque service existant. Nous avons essayé de comprendre comment les utilisateurs interagissent avec les fonctionnalités sur les plateformes dédiées à la fantasy league (Mon petit Gazon), aux challenges sportifs (Strava) et aux NFT dans des jeux en lignes (Sorare)

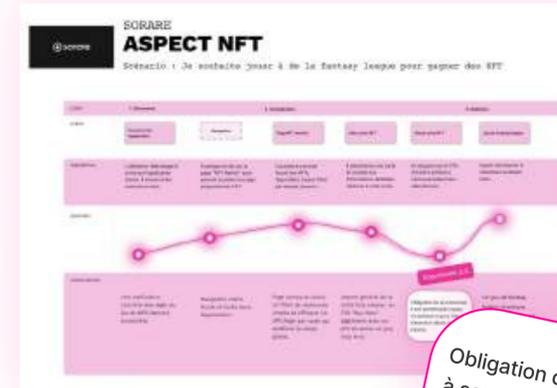
En répertoriant les points de friction, ou "pain points", rencontrés par les utilisateurs tout au long de leur expérience, nous avons identifié des opportunités pour la conception de Phyfa.



Pas d'accès direct à la page qui regroupe les challenges. Difficile de trouver ses challenges rapidement, il faut 3 "clics".

Pas de notification pour indiquer la complétion du challenge. Récompense numérique sous forme de badge simple.

Un côté challenge mal mis en avant sur l'interface, avec des récompenses peu gratifiantes pour l'utilisateur.



Obligation de se connecter à son portefeuille crypto. Et ne concerne que les gens détenteur de crypto monnaie. Cela écarte beaucoup de potentiels utilisateurs. Tunnel d'achat compliqué, gros risque d'abandon.

Nous avons constaté que l'aspect NFT des applications pouvait exclure une grande partie des utilisateurs, qui trouvent souvent ces principes complexes et potentiellement intimidants, en particulier lorsqu'il s'agit de connecter des comptes extérieurs.



Un profil utilisateur, pas un profil de joueur. Manque de personnalisation pour aider à l'adoption du jeu et encourager l'engagement de l'utilisateur.

Manque d'un système pour évoluer dans l'application et permettre la rétention des utilisateurs.

Manque de fonctionnalités et d'aspect engageant pour stimuler les utilisateurs et leur offrir une expérience immersive.

On observant les expériences de nos concurrents, nous avons pu commencer à dégager des axes d'opportunités

2.2 NOTRE PROBLÉMATIQUE

La recherche secondaire a constitué la véritable première étape du projet, car elle nous a permis de mieux comprendre la problématique et de la contextualiser.

Suite à cette phase de prise de connaissance et après de nombreuses itérations, nous avons pu construire la problématique générale de notre projet. Celle-ci servira de base pour nos réflexions ultérieures visant à définir le concept.

Cette phase a été essentielle pour comprendre le paysage existant, les enjeux, les opportunités associées et commencer à définir notre cible ainsi que ses attentes potentielles.

NOTRE PROBLÉMATIQUE



**COMMENT AMÉLIORER
L'ENGAGEMENT DES
PASSIONNÉS DE SPORT DANS
LE MONDE DE LA FANTASY
LEAGUE ?**



2.3 RECHERCHE PRIMAIRE

Grâce à la recherche secondaire, nous avons recueilli de nombreuses informations sur le profil de nos futurs utilisateurs, notamment leurs motivations, profils généraux et personnes concernées. Notre objectif lors de la recherche primaire était de préciser ces informations en entrant en contact direct avec les utilisateurs. Nous avons confronté nos hypothèses sur les futurs "personae" (représentation fictive de nos utilisateurs clés) avec l'idée du concept de notre application PHYFA.

2.3.1 NOS HYPOTHÈSES UTILISATEUR

Nous sommes partis du constat que nous devions nous concentrer sur des profils cibles d'utilisateurs correspondant à ces grandes catégories :



Voici les hypothèses que nous avons dégagées de la recherche secondaire et qui concernent le profil supposé de nos participants :

Hypothèses sur les participants :

- Nos personae principaux sont majoritairement des hommes (90%).
- Nos personae connaissent l'univers du sport.
- Nos personae qui sont fans d'une équipe sportive sont souvent engagés dans des interactions sociales avec d'autres fans et/ou supporters.
- Nos personae semblent motivés par des défis pour augmenter leurs points.
- Nos personae semblent motivés par l'aspect communautaire, favorable à l'interaction sociale ainsi qu'au sentiment d'appartenance.

Ces hypothèses ont servi de base de départ pour nos personae. C'est en ayant ces hypothèses à l'esprit, à confronter avec les réalités des données issues de la recherche utilisateur, que nous avons construit notre plan de recherche.

2.3.2 NOTRE PLAN DE RECHERCHE UTILISATEUR

Afin de valider ou infirmer nos hypothèses issues de la recherche secondaire, nous avons organisé une recherche primaire auprès de nos utilisateurs potentiels. N'étant pas experts dans le domaine et pour mieux comprendre la proposition de valeur autour du concept du commanditaire, il nous a semblé pertinent de combiner plusieurs méthodes qualitatives et quantitatives.

Nous avons choisi de débiter notre recherche primaire par un test grandeur nature à moindre coût : un prototype "low-cost".

Pour compléter les résultats de ce test, nous avons ensuite opté pour des entretiens qualitatifs avec plusieurs des participants du test, ainsi que des participants extérieurs n'ayant pas pris part au test, afin d'élargir au maximum notre panel et d'affiner nos hypothèses.

Enfin, nous avons décidé de conclure cette recherche primaire par un questionnaire quantitatif pour recueillir des données en quantité, espérant ainsi valider ou invalider nos hypothèses et identifier d'éventuelles tendances importantes dans les profils de nos futurs utilisateurs.

A - RECHERCHE SECONDAIRE

Étude de marché, positionnement,
benchmark, articles, data

B - RECHERCHE PRIMAIRE

1

Prototype Low Cost



2

Entretiens qualitatifs : utilisateurs du proto low-cost et panel externe



3

Questionnaire quantitatif : panel externe

2.3.3 NOTRE RECHERCHE QUALITATIVE

1/ UN PROTOTYPE LOW-COST

Dans un premier temps, nous avons fait le choix de tester au plus vite l'intérêt autour du concept qui nous a été proposé. Étant peu familiers avec le jeu de Fantasy League, il nous a semblé judicieux de nous approprier le concept de cette manière.

L'OBJECTIF ?

Tester la cohabitation entre la **fantasy league** et les **challenges sportifs**.

RECRUTEMENT DU PANEL

Il nous a tout d'abord fallu recruter un panel de testeurs qui connaissait un minimum le jeu de Fantasy League, afin de pouvoir évaluer la valeur ajoutée de notre concept. Pour ce faire, nous avons contacté nos entourages personnels en précisant la cible que l'on recherchait (selon notre profil hypothétique). Nous avons ainsi constitué un panel de **26 testeurs**, plus ou moins sportifs mais tous **familiers avec le jeu de Fantasy League**.

RÈGLES DU JEU POUR CE TEST UTILISATEUR

Pour ce qui est des règles, le test s'est déroulé sur 1 semaine, comportant 6 jours de matchs. Chaque jour, les participants nous envoyaient leurs 5 picks. L'élément que nous cherchions à tester était le bonus lié à la pratique sportive. Nous cherchions à savoir dans quelle mesure les challenges sportifs s'intégraient ou non au jeu de Fantasy League et l'intérêt des participants autour de cette proposition.

Ainsi, chaque participant pouvait également nous envoyer une "preuve" d'activité sportive durant la journée, lui permettant d'obtenir un bonus de points (cf. ci-contre). Le bonus était plafonné à une fois par jour.

ORGANISATION PRATIQUE

Le test s'est déroulé sur différents supports :

- **Groupe WhatsApp** pour énoncer les règles et communiquer directement avec les participants (annonce chaque jour du classement, questions, échanges entre participants etc).
- **Excel interne**, consultable par les participants dans lequel les picks et les scores étaient enregistrés.
- **Conversations privées** pour envoyer les preuves sportives.



EXEMPLE DE PREUVE SPORTIVE ENVOYÉE PAR UN PARTICIPANT

NOTRE PROTO LOW-COST EN QUELQUES CHIFFRES :

1 semaine de test

26 participants

NOTRE PROTOTYPE LOW-COST



Pag d'accueil du test et réges du jeu



1er résultats du Round 1



Classement final à l'issue de la semaine

RÉSULTATS

- 🎯 **12 des 21 participants** ont joué tous les jours de la semaine, **soit plus de 50%**.
- 🎯 **4** participants ont manqué un tour.
- 🎯 **9** participants n'ont pas terminé le test.
- 🎯 **15 participants** ont fait du sport au moins une fois pendant la semaine, **soit plus de 70%**.
- 🎯 Les preuves sportives les plus communes ont été les **photos**.

Les résultats démontrent un intérêt pour le concept proposé ; en effet, plus de 70% des joueurs ont fait du sport au moins une fois pendant la semaine. À ce stade de notre recherche, le bonus sportif semble donc être une source de motivation.

40% n'ont pas terminé le test, ce qui nous a amenés à nous questionner sur les leviers de motivation des participants. L'annonce d'une récompense (un chèque-cadeau FNAC d'une valeur de 25€) à la moitié de la semaine semble ne pas avoir eu d'impact sur la motivation des participants.

Nous avons également remarqué qu'une majorité des preuves sportives étaient envoyées sous forme de photos et non grâce à des appareils de suivi (montres connectées, etc).

Enfin, nous avons remarqué que les participants ont échangé régulièrement sur le groupe WhatsApp créé pour l'occasion. Cela nous a amenés à penser que l'aspect communautaire pourrait être un levier de motivation.

2/ ENTRETIENS QUALITATIFS

À la suite de ce test, nous avons formulé de nouvelles hypothèses quant aux motivations et ressentis de nos participants, afin de commencer à affiner nos personas.

Pour répondre de manière plus précise à ces nouvelles hypothèses, nous avons poursuivi notre recherche en interrogeant personnellement 8 des participants. L'objectif était de croiser les données chiffrées avec les données qualitatives collectées pendant ces entretiens afin de valider et d'affiner nos hypothèses.

ORGANISATION DES ENTRETIENS

Nous avons organisé les entretiens en **visio**, sur une durée d'environ **20 minutes** par participant. Nous avons choisi de nous répartir en équipe de deux pour chaque entretien : une personne dédiée à la prise de notes et un intervieweur.

Nous avons ensuite regroupé les prises de notes sur un document commun dans Figma. Ce document nous a permis de lister les "pain points" rencontrés par nos utilisateurs lors du test, les sources de motivation, mais aussi les éléments importants remontés par nos participants.

DIVERSIFICATION DU PANEL

Afin de compléter nos données et de diversifier notre panel, il nous a également semblé pertinent d'interroger des personnes extérieures au prototype low-cost. Nous avons alors interrogé 5 personnes extérieures à ce test, de profils différents et ne connaissant pas forcément le concept de Fantasy League. Nous avons donc dû adapter le questionnaire à ces participants.

▷ Voir annexe 3 p. 62

RÉPONSES À NOS HYPOTHÈSES

Pourquoi certains ont décroché ?

Prends trop de temps, si trop loin dans le classement impossible de remonter et perte de motivation.

Est-ce que les participants se sont sentis avantagés par le bonus sportif ?

Bonus apprécié mais prenait trop de place par rapport aux points classiques, cela biaisait un peu le résultat de la Fantasy League.

Est-ce que les participants suivaient de près le classement chaque jour ?

Classement regardé en général chaque jour pour pouvoir se comparer aux autres, et vérifier son score.

Est-ce que les participants ont fait du sport pour le jeu ? Ont-ils modifié leurs habitudes ?

La plupart des participants ont fait du sport pour le bonus, mais parce qu'ils savaient que le test ne durait qu'une semaine.

Est-ce que l'annonce du gain a impacté la motivation des participants ?

Un gain matériel (argent ici) n'a pas motivé les participants, on remarque que les principales sources de motivations sont l'aspect compétitif et social.

À la suite des interviews des participants à notre test, nous avons décidé de construire une expérience map de notre prototype low-cost. Ceci afin de synthétiser les points de frictions et d'identifier les opportunités d'améliorations :

EXPERIENCE MAP DU PROTOTYPE LOW-COST

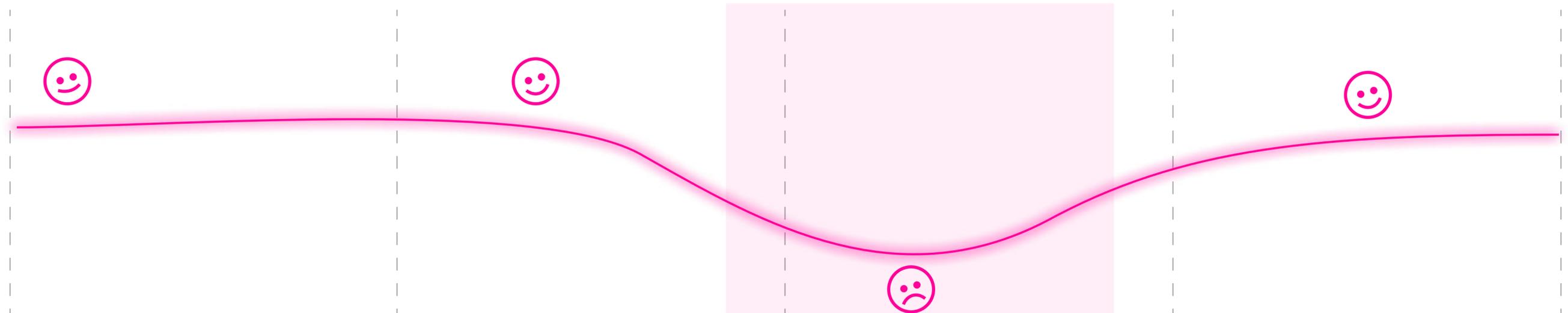
Actions

- Se renseigne sur les joueurs jouant ce soir pour préparer ses picks.
- Nous envoie ses choix via Whatsapp et une preuve sportive.
- Prends du temps

- Suis le match en direct ou non.
- Discute avec ses amis sur divers réseaux sociaux.

- Se connecte sur le fichier excel pour voir son classement du jour.
- Frustré car l'un de ses joueurs n'a pas performé autant que prévu.

- Le bonus sportif lui permet de compenser la contre-performance de son joueur.
- Discute avec les autres participants sur le groupe.



Opportunités

Interface simple et rapide pour les picks et les challenges --> Limiter la perte de temps.

Permettre à l'utilisateur de pouvoir **équilibrer la contre-performance** d'un joueur sélectionné (limiter la frustration).

Conserver l'engouement autour du moment sportif une fois celui-ci terminé.

Permettre des interactions **sociales**

Synthèse de la recherche qualitative



Les motivations

- L'aspect compétitif entre les participants.
- L'aspect social.
- Le fait de suivre ses équipes favorites.
- Les challenges sportifs qui rapportent des bonus.

Les points durs

- Le sport ne doit pas prendre trop de place dans le jeu.
- Le jeu demande trop de temps, manque de temps au quotidien.
- Le sport biaise les résultats de la Fantasy League.
- Certaines interfaces de Fantasy League sont trop compliquées à utiliser.

Les enseignements principaux

- Les challenges sportifs plaisent mais doivent être bien équilibrés pour ne pas perdre à l'esprit l'essence de la Fantasy League : le niveau de connaissance des joueurs.
- Les principales sources de motivations semblent être l'aspect communautaire, l'interaction sociale mais aussi l'esprit de compétition.
- La récompense matérielle n'impacte que faiblement la motivation des participants.

2.3.4 NOTRE RECHERCHE QUANTITATIVE

La dernière méthode de recherche que nous avons mise en place sur ce projet est la diffusion d'un questionnaire quantitatif afin de récupérer davantage de données auprès d'un large panel. En les croisant avec les données qualitatives, nous avons pu resserrer nos hypothèses pour encore mieux définir nos personae.

CONCEPTION DU QUESTIONNAIRE

Nous avons conçu ce questionnaire en étroite collaboration avec notre commanditaire. En tant qu'expert du sujet, il nous semblait pertinent d'avoir son analyse pour récupérer des données qualitatives exploitables.

Nous avons ainsi produit une première version composée de 10 questions, à partir de laquelle nous avons itéré grâce aux échanges avec l'équipe de "Joue-La comme". Nous nous sommes finalement entendus sur un total de 12 questions (avec des questions supplémentaires de contexte).

Nous avons également réalisé une version anglaise du questionnaire afin de toucher un maximum de monde, y compris un public international.

Enfin, nous avons pris soin de faire attention à ne pas biaiser nos questions dans leurs tournures de phrase. Cet exercice a été très enrichissant bien que plus difficile que prévu.

► Voir le questionnaire complet en annexe 4

ITÉRATIONS AVEC "JOUÉ-LA COMME"



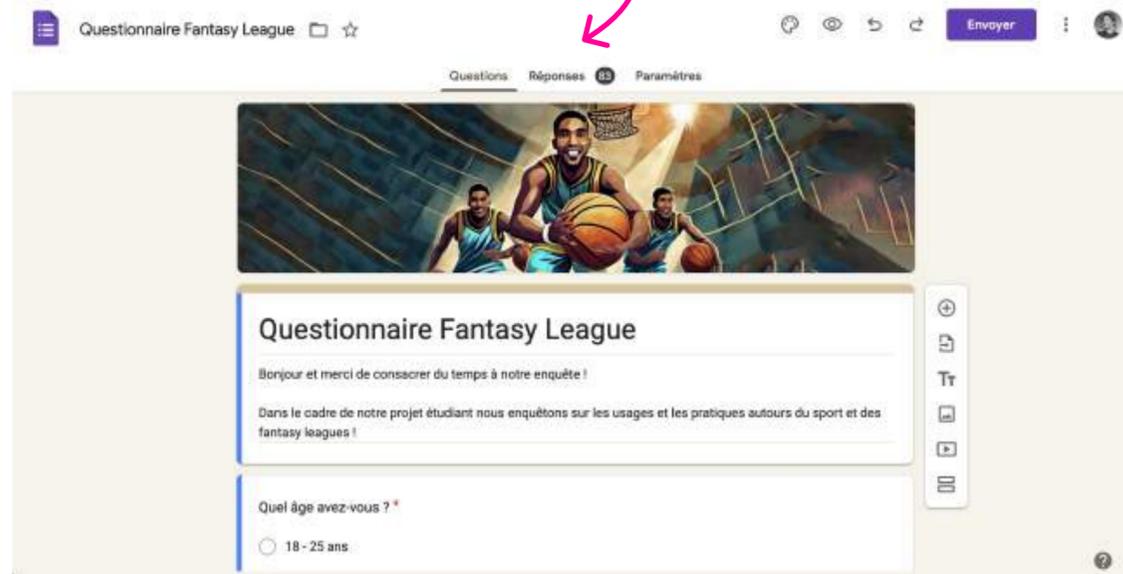
DIFFUSION DU QUESTIONNAIRE

Nous avons choisi de réaliser et de diffuser le questionnaire sous la forme d'un formulaire Google. C'est ce qui nous paraissait le plus simple à prendre en main pour pouvoir itérer de façon collaborative entre nous, avec des résultats simples à exploiter.

Concernant le panel de diffusion du questionnaire, nous avons utilisé nos réseaux personnels et ceux de "Joue-La comme" en passant par les canaux suivants : groupes Facebook sur la Fantasy League, entourages personnels sportifs ou gamers, entourage du commanditaire et réseau de Station F.

Nous avons rencontré des difficultés lors de sa diffusion, notamment avec le partage sur les groupes Facebook où nos publications n'étaient pas acceptées par les modérateurs. Ne souhaitant pas fausser les résultats, nous avons pris le parti de ne pas diffuser le questionnaire via des canaux plus larges.

Nous avons donc obtenu des résultats de 91 réponses (français et anglais confondus). Le taux de participation a été plus bas que ce que nous espérions (150 participations). Cela est probablement dû aux difficultés que nous avons rencontrées pour partager le questionnaire sur certains canaux, notamment les groupes Facebook.



ENSEIGNEMENTS MAJEURS

Les résultats nous ont permis d'affiner une dernière fois nos personas en apportant des données chiffrées.

La majorité de nos répondants montre un **profil sportif**. En effet, plus de trois quarts des répondants déclarent pratiquer une activité sportive au moins 2 fois par semaine. Pour ce qui est des jeux vidéo sportifs, la tendance est moins marquée : 41% déclarent ne jamais jouer aux jeux vidéo de sport.

Il était également important pour "Joue-La Comme" de questionner les participants sur l'intérêt d'une offre Premium permettant de mieux traquer leurs données sportives (afin de voir l'intérêt autour du capteur). 69% déclarent ne pas être prêts à investir, ce qui, en croisant avec les données qualitatives déjà récoltées, nous a amenés à **déprioriser cette fonctionnalité** dans notre MVP.

Nous avons également remarqué un résultat surprenant : en effet, 77% des répondants déclarent pouvoir être motivés à participer à des challenges sportifs grâce à des **récompenses monétaires** (suivi par l'obtention de points de classement à 47,3%). Cela entre en contradiction avec les résultats que nous avons obtenus lors de notre recherche qualitative. Cela nous a donc amenés à diversifier les sources de motivations lors de notre conception de la solution par la suite.

Quelques chiffres issus de la recherche quantitative

77% déclarent pratiquer une **activité sportive au moins 2 fois par semaine**.

69% Ne seraient **pas prêts à investir** dans une **offre Premium** permettant de tracker davantage leurs performances

65% Ont déjà **tracké leurs données sportives** et physiques.

77% seraient motivés à s'investir dans des défis sportifs grâce à des **récompenses monétaires**.

▷ Résultats complets en annexe 4

2.4 NOS PERSONAE

Grâce aux données recueillies lors de cette phase de recherche utilisateur, nous avons pu cibler les profils clés susceptibles d'être les futurs utilisateurs de notre application de Fantasy League : des personnes plus ou moins sportives, qui suivent occasionnellement ou de façon régulière l'activité sportive, et qui aiment jouer à des jeux en ligne ou se challenger avec leurs amis.

En synthétisant les données recueillies, nous avons pu cibler différentes attentes et motivations, ce qui a fait émerger deux personae principaux.

Arthur 28 ans

L'AMATEUR

Ne connaît pas la Fantasy League

Passionné de sport



Claude 36 ans

L'EXPERT

Connaît la Fantasy League

Incollable sur les actualités sportives



Nous avons identifié deux caractéristiques principales :

- Les personnes qui connaissent la Fantasy League mais n'ont jamais joué
- Les personnes qui connaissent et ont déjà joué.

Toutes les personnes interrogées pratiquent du sport à des fréquences différentes, et toutes suivent les actualités sportives avec un niveau de connaissances variable. Au niveau des motivations et des freins, nous avons réparties entre les deux personae ce que nous avons tirés de la recherche primaire.

À partir de ces principaux enseignements, nous avons construit nos deux personae en basant la principale différence sur le degré de connaissance du concept de Fantasy League.

► Annexe 6

3 - IDÉATION

3.1 DE LA CO-CONCEPTION POUR DEFINIR LE CONCEPT PHYFA

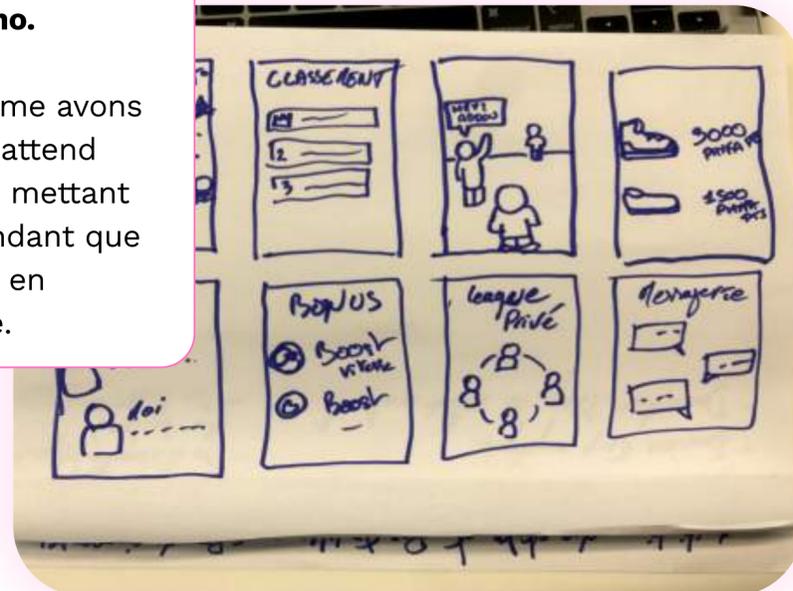
3.1.1 L'ATELIER DE CO-CONCEPTION

Suite à notre recherche utilisateur, nous avons lancé la phase d'idéation grâce à un atelier de co-conception composé de plusieurs étapes.

LE CRAZY EIGHT

Ce jeu d'idéation vise à générer **8 idées** différentes en **8 minutes top chrono**.

Foued, Abdou, Antoine et nous même avons essayé de matérialiser ce que l'on attend d'une fonctionnalité produit, en se mettant dans la peau de nos personae, pendant que Manon jouait le rôle de facilitateur en gardant un oeil sur le chronomètre.

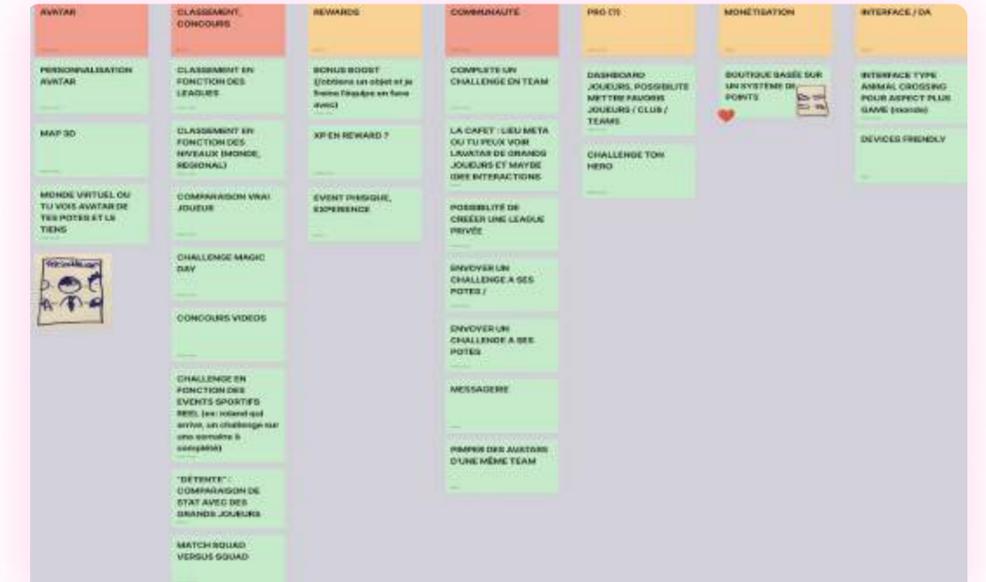


Sur un ensemble de thématiques telles que l'interaction entre les joueurs, les défis proposés, les récompenses ou encore l'aspect visuel de l'application, les participants ont chacun présenté leurs idées. S'en est suivi une première sélection par un système de vote, basé sur la pertinence et la faisabilité de ces dernières.



TRI DE CARTES

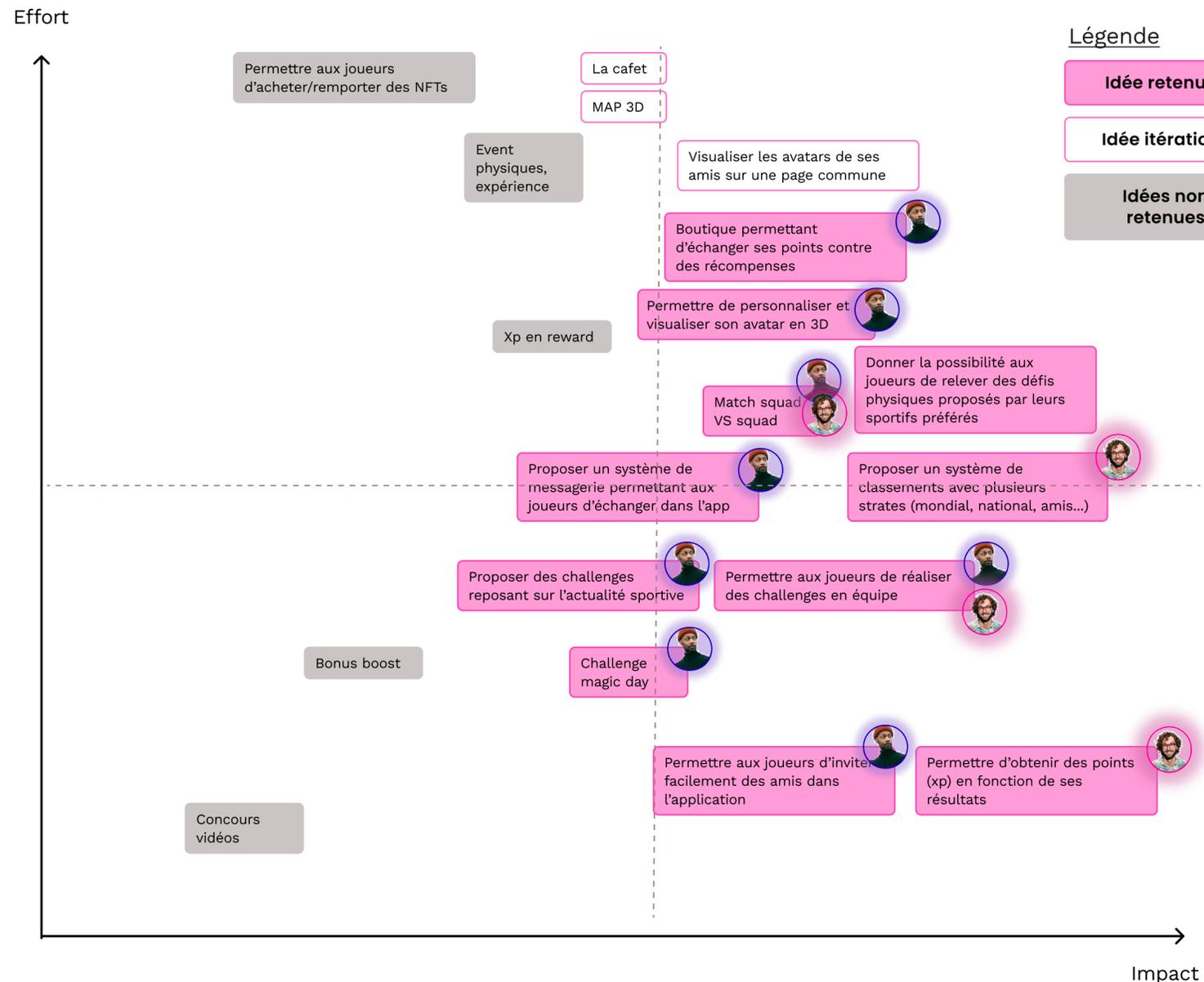
Suite à cette phase générative, nous avons effectué un tri de cartes afin de prioriser les fonctionnalités que nous souhaitons designer et tester dans un premier temps dans le MVP. Cela nous a également beaucoup aidé dans la mise en place des règles du jeu.



3.1.2 SELECTIONNER LES IDÉES

MATRICE DE PRIORISATION

Pour finir, afin de visualiser et cadrer le résultat de l'exercice, nous avons organisé nos idées dans une matrice. Cela a pour but de faire un dernier tri, tourné vers la phase de livraison. L'idée ici est de montrer les features majeures à développer dans le cadre de la conception d'un MVP, mais aussi identifier celles à venir après itérations, vers un produit plus mature et différentiant.



Nous avons donc évalué chaque idée selon la matrice de priorisation, comportant deux axes :

Impact :
Pour évaluer l'importance de chaque idée : comment elle répond aux attentes de nos personae, aux tendances ou opportunités du marché....

Effort :
Pour estimer la difficulté et le temps nécessaire à mettre en place chaque idée.

En plaçant chaque idée dans un quadrant spécifique, nous avons pu prendre des décisions plus facilement pour la création du concept Phyfa.

Impact faible, effort élevé :

Ces idées ont été écartées, puisque nous n'avons pas trouvé utile d'ajouter des fonctionnalités à fort investissement pour de faible résultat.

Impact élevé, effort élevé :

Dans ce quadrant à fort impact, toutes les idées non pas été retenues car certaines avaient une difficulté considérable. Comme certaines fonctionnalités étaient "secondaires", nous avons choisi de les garder pour de l'itération. Enfin, nous avons celle à plus 'faible' effort dans ce quadrant car ce sont elles qui permettent de la différenciation avec Phyfa. Il faut donc mettre l'effort.

Impact faible, effort modéré :

Avec un faible impact, nous avons évalués si ces idées pouvait tout de même apportant une valeur au concept : ainsi celles qui répondaient spécifiquement à des besoins ont été sélectionnées.

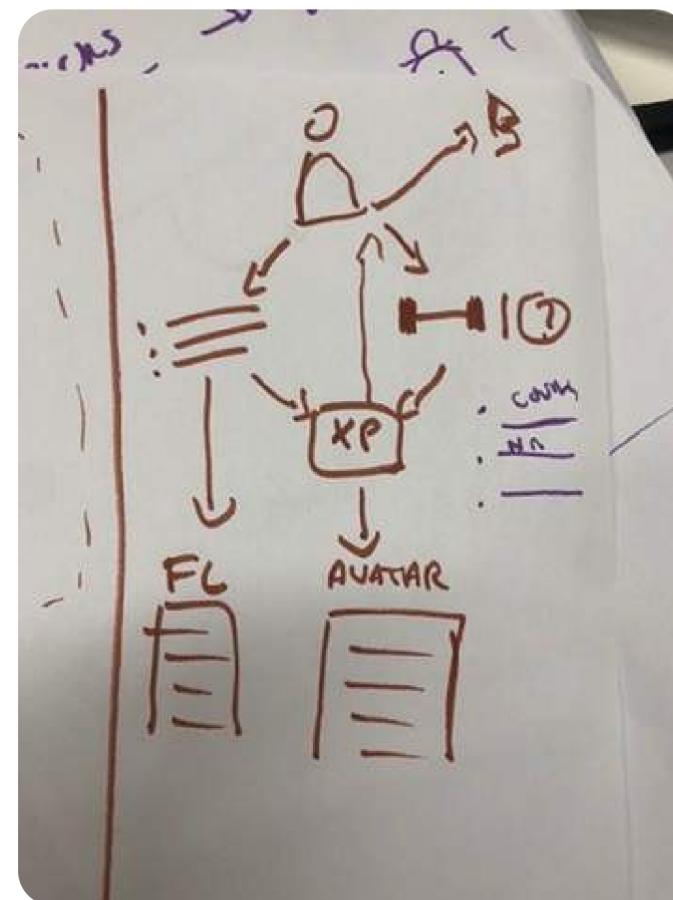
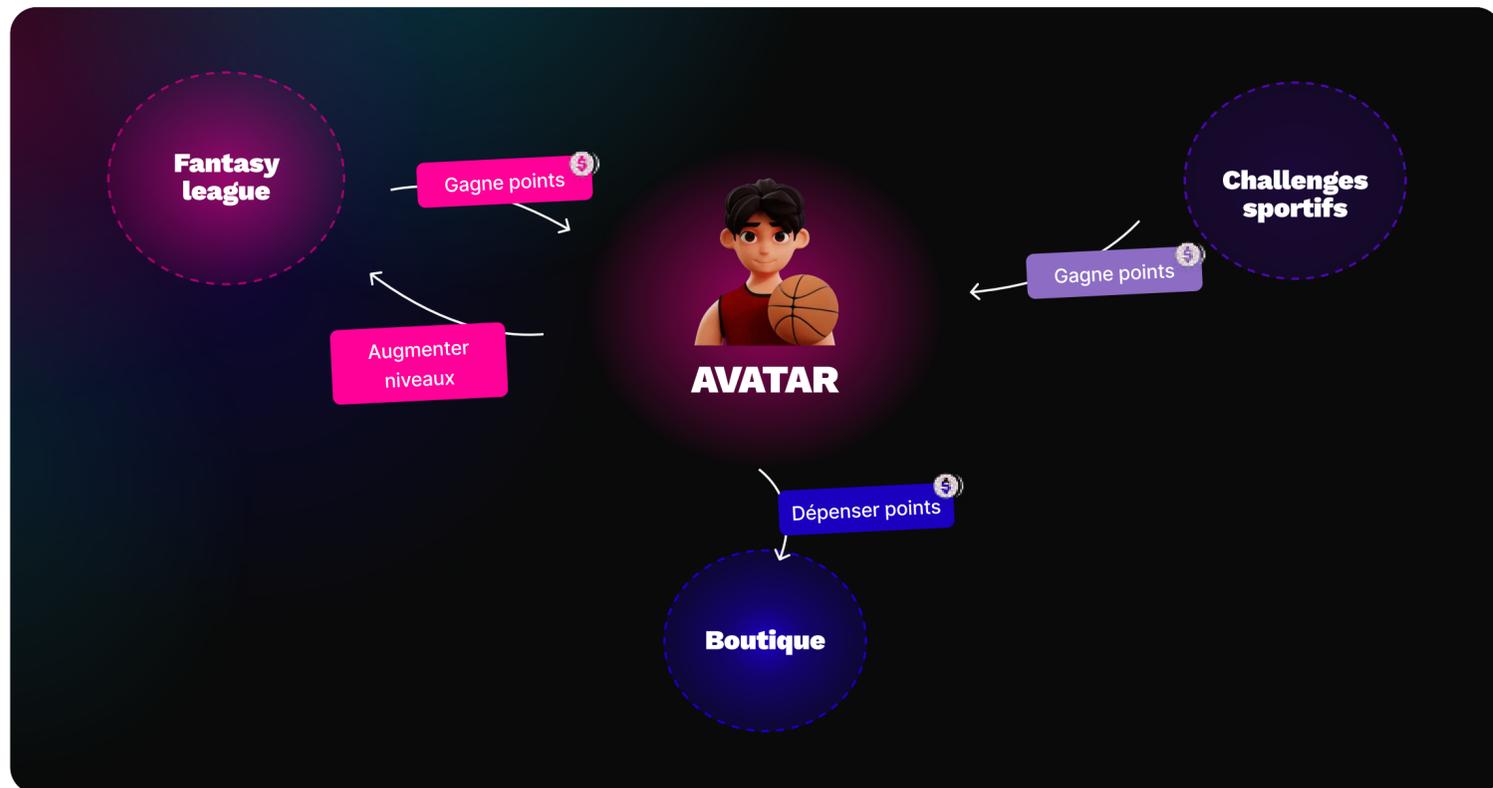
Impact élevé, effort modéré :

Ces idées avaient un fort potentiels, avec un bon équilibre entre bénéfice pour les utilisateurs et faisabilité. Nous avons donc sélectionné toutes les idées se trouvant dans ce quadrant.

3.2. CONCEPTION DE PHYFA

L'étape de conception de notre application de fantasy league a été soigneusement orchestrée au cours d'un atelier de co-conception à Station F, le lieu de travail de nos commanditaires. Cette démarche a été cruciale pour établir une vision partagée du projet, identifiant et définissant les éléments clés qui constitueront le socle de l'expérience utilisateur. Notre collaboration étroite avec les commanditaires a permis de façonner les règles du jeu, les caractéristiques de l'avatar, la boutique, ainsi que les dimensions physique et digitale du jeu.

L'atelier a débuté par la co-construction des règles du jeu, plongeant collectivement dans la conceptualisation des mécaniques fondamentales de notre fantasy league. En collaboration avec nos commanditaires, nous avons défini des règles pour encadrer les interactions des utilisateurs, établissant ainsi un socle solide quant au fonctionnement du jeu ainsi que les leviers actionnables par nos utilisateurs.



Au travers de cet aspect central, laissant le joueur incarner son propre "hero", il lui faut maintenant un monde dans lequel évoluer. À la frontière du physique et du digital, il faut ensuite déterminer les dimensions au travers desquelles l'utilisateur va pouvoir interagir et s'épanouir.

Au cœur de notre application de fantasy league réside une dualité essentielle : la **dimension physique** et la **dimension digitale**. Ces deux aspects, distincts mais interconnectés, sont au cœur de l'expérience utilisateur, offrant une richesse d'engagement et d'immersion.

3.2.1 LE JEU

2 - UN JEU EN 2 DIMENSIONS

A. Dimension physique

La dimension physique du jeu transcende le virtuel en invitant les utilisateurs à participer activement à des challenges sportifs réguliers. Ces défis, renouvelés sur des périodes définies, stimulent l'activité physique des joueurs. L'utilisateur est incité à dépasser ses limites, que ce soit en terme de distance parcourue, de temps d'effort, ou d'autres critères spécifiques aux challenges.

En détail :

- **Challenges Sportifs** : Les utilisateurs sont encouragés à relever des défis sportifs concrets, tels que la course à pied, le vélo, ou d'autres activités physiques.
- **Périodicité** : Ces challenges sont planifiés de manière régulière, introduisant une dynamique de participation continue et énergique.

B. Dimension digitale

La dimension digitale du jeu repose sur le jeu de fantasy league, offrant aux utilisateurs une expérience virtuelle où leurs choix stratégiques influent directement sur l'accumulation de points. Les joueurs créent leur équipe virtuelle, font des choix tactiques, et suivent les performances réelles des athlètes pour accumuler des points virtuels.

En détail :

- **Fantasy League** : Les utilisateurs sélectionnent et gèrent une équipe virtuelle composée de joueurs réels.
- **Choix Stratégiques** : Les décisions tactiques, telles que le choix du capitaine ou la sélection de joueurs sous-estimés, influencent le score final.
- **Intégration d'Événements Réels** : Les performances réelles des athlètes, telles que les statistiques de match, alimentent le score virtuel de l'utilisateur.

L'interaction entre ces deux dimensions est fondamentale pour la synergie du jeu. Les points accumulés dans la dimension physique deviennent une monnaie d'échange dans la dimension digitale. L'utilisateur transforme son engagement physique en avantages stratégiques virtuels, créant une connexion intime entre l'effort réel et les récompenses virtuelles.

L'importance de l'interaction :

- **Motivation Renforcée** : Les utilisateurs sont motivés à s'engager activement dans les challenges physiques, sachant que leur performance a un impact direct sur leur succès dans le jeu de fantasy league.
- **Expérience Holistique** : L'interaction crée une expérience de jeu holistique, engageant les joueurs à la fois physiquement et mentalement.
- **Renforcement de l'Engagement** : La complémentarité des dimensions crée une expérience immersive et dynamique, renforçant l'engagement global des utilisateurs.

En somme, la conjonction de la dimension physique et digitale crée une expérience unique où l'utilisateur est acteur à la fois dans le monde tangible du sport et dans l'univers virtuel de la fantasy league, offrant ainsi une expérience de jeu captivante et équilibrée.

3 - BOUTIQUE

La boutique, en tant que lieu central des récompenses, propose une variété d'éléments tant digitaux que physiques. Outre les options de personnalisation pour l'avatar, nous avons introduit des récompenses physiques uniques, établissant un pont entre le virtuel et le réel. Nous avons également envisagé les opportunités économiques liées aux NFT (Non-Fungible Tokens) comme récompenses digitales, offrant des objets de collection ou donnant accès à des expériences exclusives.

Les NFT présentent une opportunité novatrice d'intégrer des récompenses digitales uniques dans notre application. Les NFT pourraient être des objets de collection virtuels, offrant aux utilisateurs des incitations supplémentaires pour participer au jeu. Cependant, conscient de la complexité et du temps nécessaires à une intégration efficace, ainsi que des compétences spécialisées requises, nous avons décidé de différer cette dimension pour des itérations ultérieures du projet.

Bien que conscient des opportunités économiques liées aux NFT, les contraintes actuelles nous ont amenés à concentrer nos efforts sur d'autres aspects du jeu, tout en restant ouverts à l'intégration de ces éléments innovants dans le futur.

Ainsi, entre l'analyse de la concurrence, du marché, de nos futurs cibles (personae), nous avons pu créer un nouveau concept de fantasy league qui permettrait de nous différencier.

Notre proposition de valeur



NOTRE CONCEPT A POUR OBJECTIF DE RÉINVENTER L'EXPÉRIENCE DE LA FANTASY LEAGUE EN INTÉGRANT LE MONDE RÉEL À CE CONCEPT VIRTUEL.

EN COMBINANT DES DÉFIS SPORTIFS AVEC LE JEU DE FANTASY LEAGUE, NOUS OFFRONS AUX UTILISATEURS UNE EXPÉRIENCE IMMERSIVE, COMPÉTITIVE ET MOTIVANTE. GAGNEZ DES POINTS NON SEULEMENT EN PRÉDISANT LES PERFORMANCES DE VOS JOUEURS VIRTUELS, MAIS AUSSI EN RELEVANT DES DÉFIS SPORTIFS RÉELS. NOTRE PLATEFORME OFFRE UNE FUSION UNIQUE DE PASSION POUR LE SPORT, DE COMPÉTITION ENTRE AMIS ET DE MOTIVATION POUR UN STYLE DE VIE ACTIF.

4 - CONCEPTION

4.1 NOTRE POINT DE DÉPART : L'AUDIT

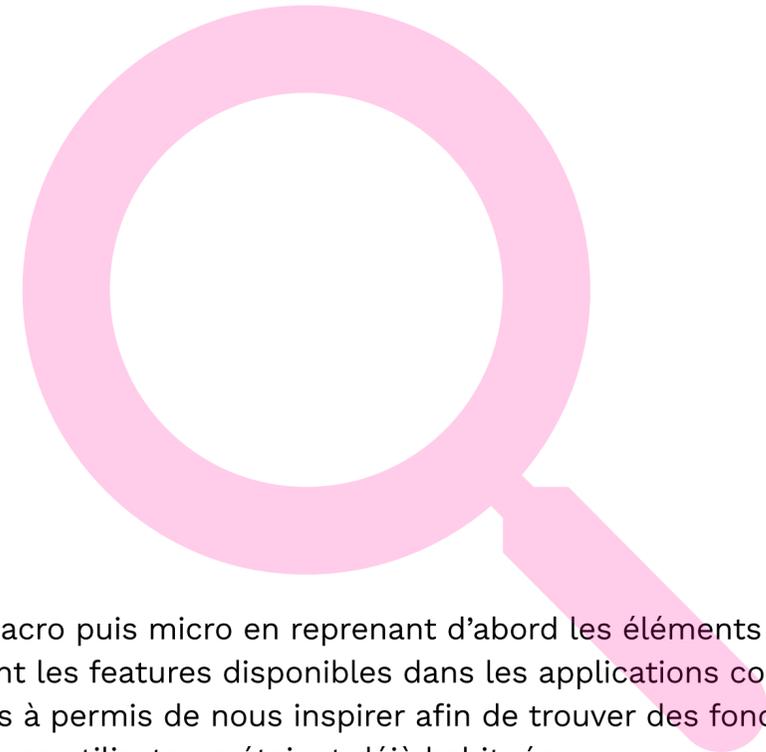
Après avoir compris les besoins des utilisateurs et défini le concept du jeu, la conception et la réalisation d'un prototype d'interface étaient nécessaires, répondant ainsi à la demande des commanditaires tout en reflétant le concept.

Dans la phase de conception du prototype, nous avons repris le concept du jeu défini au préalable lors de la phase d'idéation. Notre objectif était de transcrire ce concept dans une interface d'application mobile. Le défi principal était de garantir que l'utilisateur puisse rapidement et facilement comprendre les règles du jeu.

En intégrant notre idée de lier les challenges sportifs à la fantasy league à travers une application gamifiée, nous avons réutilisé l'analyse concurrentielle réalisée lors de la phase de recherche utilisateur pour effectuer une étude comparative évaluant les meilleures pratiques de différentes catégories d'applications (sport, jeu vidéo/NFTs, fantasy league).

Afin de saisir les "bonnes pratiques" tout au long d'un parcours utilisateur typique, nous avons mené un audit de certaines applications concurrentes liées aux domaines qui nous intéressaient : sport, jeu vidéo/NFTs et fantasy league.

Notre démarche repose donc sur une évaluation des concurrents pour affiner notre positionnement dans le paysage de la Fantasy League et dégagée des enseignement et des opportunités. Pour cela, l'ensemble du groupe s'est amusé à parcourir de fond en comble les applications de nos concurrents, et s'est également renseigné auprès des utilisateurs en observant notamment les remarques dans les reviews présentes sur les plateformes de téléchargement.



Repartant de l'aspect macro puis micro en reprenant d'abord les éléments différenciants du marché puis en analysant les features disponibles dans les applications concurrentes, ce bench opérationnel nous a permis de nous inspirer afin de trouver des fonctionnalités à la fois innovantes et auxquels nos utilisateurs étaient déjà habitués.

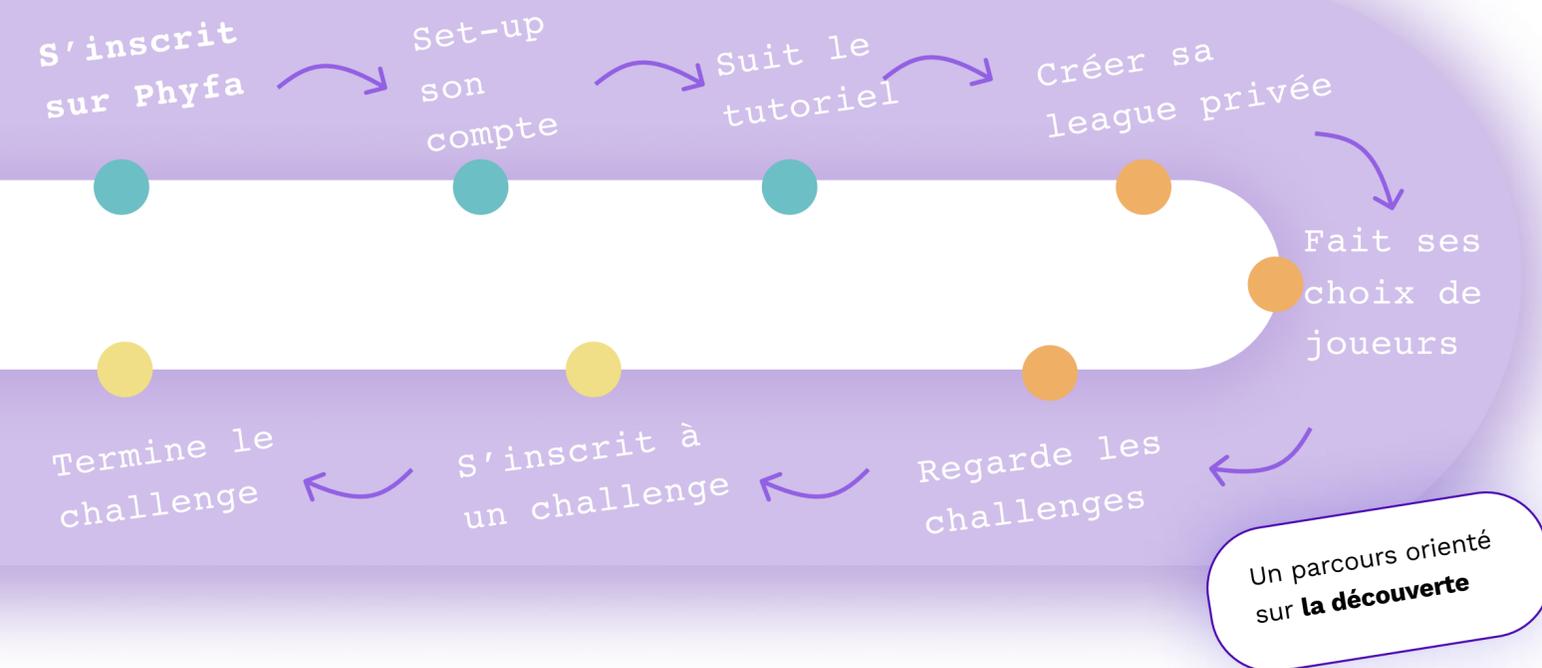
▶ Voir les audits en annexe 9

Pour Joues la Com', cela confirme l'importance de la simplicité, de la personnalisation et de l'engagement communautaire. Il nous paraît alors essentiel d'offrir une expérience compétitive et ludique, en minimisant les barrières financières, au profit de l'accessibilité. Nous le savons, notre opportunité réside dans la fusion unique de Fantasy League et de challenges physiques, le tout dans un produit limitant au maximum les frictions, tout en suscitant l'engagement, au travers de la personnalisation et de la compétition.

4.2. LES PARCOURS

Suite à notre atelier de co-conception et à la définition de notre concept, nous avons élaboré les parcours des personnages types (personae). Ces parcours ont permis de définir les étapes clés que chaque utilisateur pourra suivre dans l'application. En suivant les étapes cruciales des parcours de nos deux personae, Arthur et Claude, nous avons pu optimiser leurs expériences de manière à les aligner sur leurs motivations et leurs attentes.

Arthur L'AMATEUR



Légende :

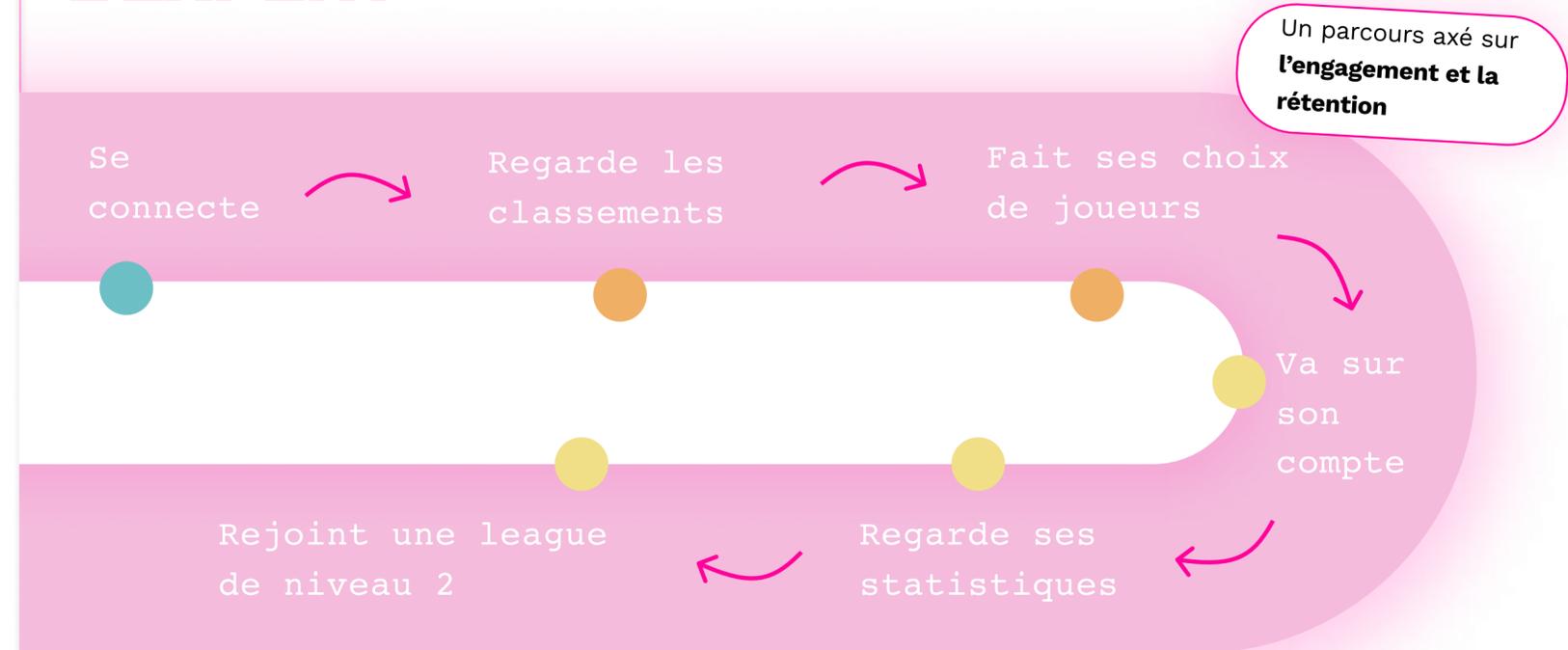
Découverte

Engagement

Retention

Claude

L'EXPERT



▷ Voir les parcours en annexe 7

Ces deux parcours nous ont permis de couvrir les différents aspects du concept Phyfa.

- D'un côté, l'accent est mis sur **la découverte**, adapté aux utilisateurs moins expérimentés tels qu'Arthur, avec une motivation davantage axée sur le social et les défis sportifs.
- De l'autre côté, le parcours se concentre davantage sur **l'engagement et la rétention**, s'adressant à des utilisateurs déjà familiers avec le principe de fantasy league. Le levier de motivation est plus lié à l'aspect compétitif (points associés à l'avatar, ligues de niveaux etc).

Grâce à ces parcours, nous avons identifié les fonctionnalités nécessaires pour fluidifier la navigation de ces personae, fournissant ainsi une première idée de l'agencement que pourraient prendre les futurs écrans de l'application.

4.3 DE LA CONCEPTUALISATION À LA RÉALISATION

Avec les parcours utilisateurs de nos deux principaux personae en tête, nous avons organisé des sessions de brainstorming pour définir les fonctionnalités les plus pertinentes pour notre application.

Pour ce faire, nous sommes revenus sur les grandes étapes de leurs parcours utilisateurs afin d'identifier des solutions qui pourraient mieux répondre à leurs attentes et résoudre les éventuels points de friction.

Enjeu majeur de notre interface

COMMENT RÉPONDRE AUX BESOINS DE NOS DEUX PERSONAE SUR UNE MÊME INTERFACE ?

Arthur

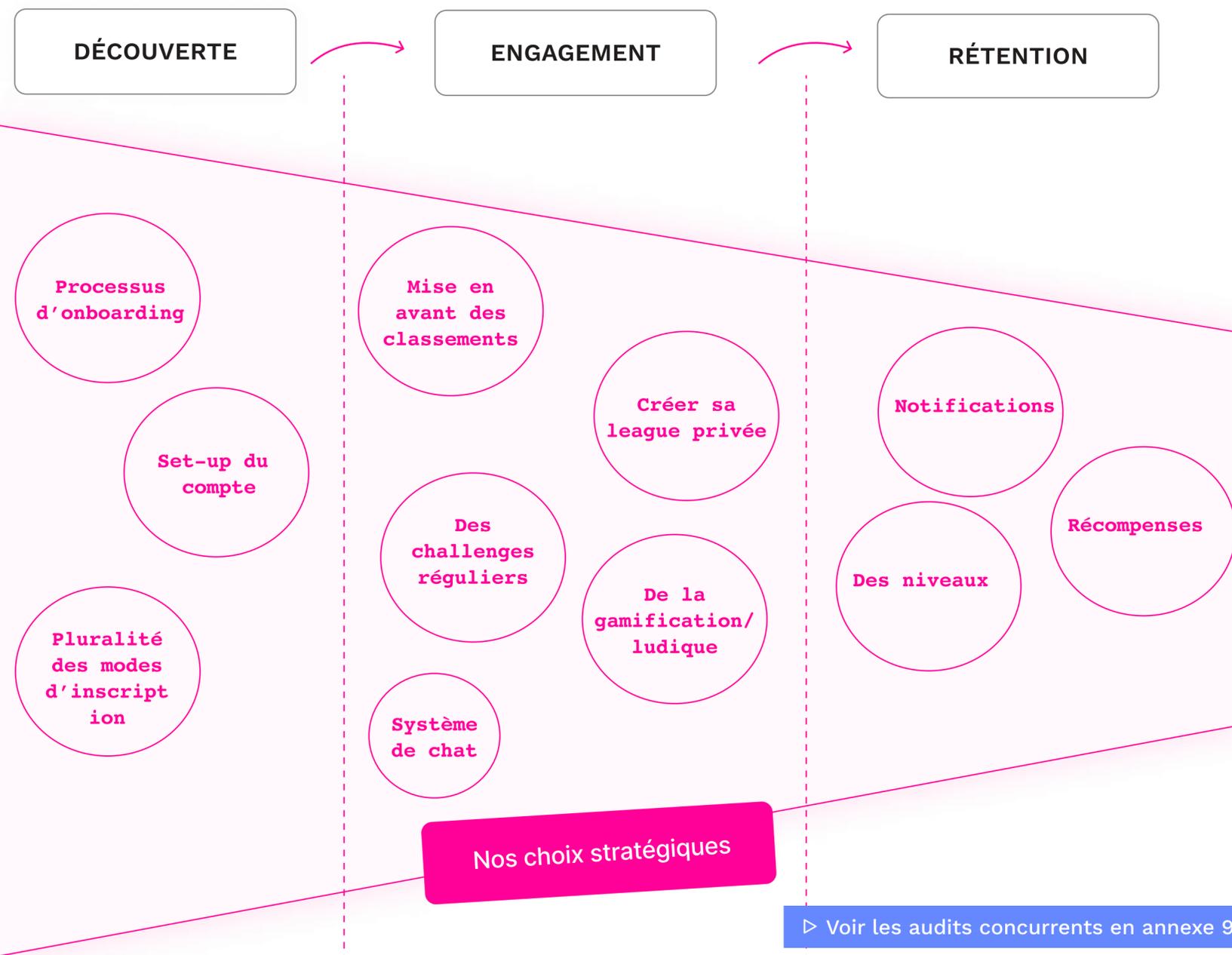
- Guider l'utilisateur dans ses premiers pas sur l'app?
- Des récompenses sous forme de boutique en ligne ?
- Un monde immersif pour voir ses amis
- Des défis avec des pros pour se challenger
- Des leagues avec ses amis ?
- Un chat entre groupe d'amis
- De nouveaux challenges réguliers

Claude

- Un monde immersif pour se comparer
- Des classements mis en avant
- La possibilité de suivre l'actualité de ses équipes
- Des niveaux pour favoriser l'engagement
- Des accès rapide

4.3.1. LES BEST PRACTICES

Nous avons également intégré les bonnes pratiques identifiées lors de l'audit et de l'analyse des applications telles que Strava (Sport), Sorare (NFTs) et MPG (Fantasy League).



4.3.2. LA COLONNE VERTÉBRALE DE L'APPLICATION : LA STRUCTURE ET LA NAVIGATION

Ensuite, nous avons regroupé les différentes fonctionnalités au sein de pages et élaboré un sitemap pour obtenir une vision d'ensemble de l'application.

Pour créer le sitemap, nous avons identifié les étapes clés des parcours de nos personae et élaboré une architecture de site répondant aux besoins et aux objectifs d'Arthur et Claude.

SITE MAP



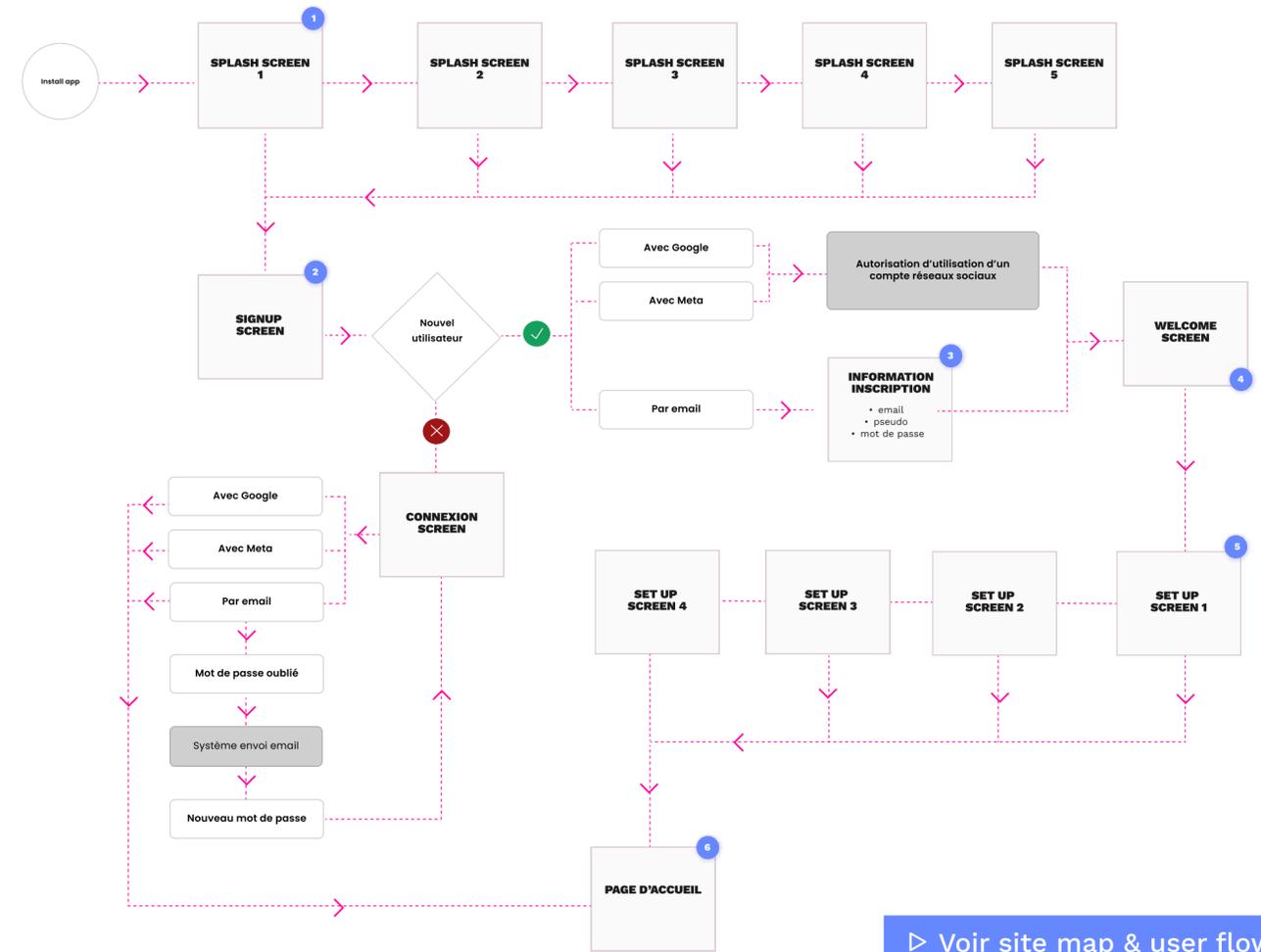
Ce sitemap nous a permis de comprendre comment structurer nos informations par page et d'avoir une meilleure compréhension du fonctionnement du prototype.

Avec les parcours à l'esprit, nous avons créé le site en niveaux (1, 2 ou 3) en fonction de la nécessité d'accessibilité des fonctionnalités ou d'informations.

Légende



USER FLOW



▶ Voir site map & user flow en annexe 8

Un parcours d'inscription adapté aux utilisateurs moins familiers, comme Arthur, conçu de manière simple et rapide, avec la possibilité pour les utilisateurs plus expérimentés, tels que Claude, d'accéder à la page d'accueil en seulement quatre étapes.

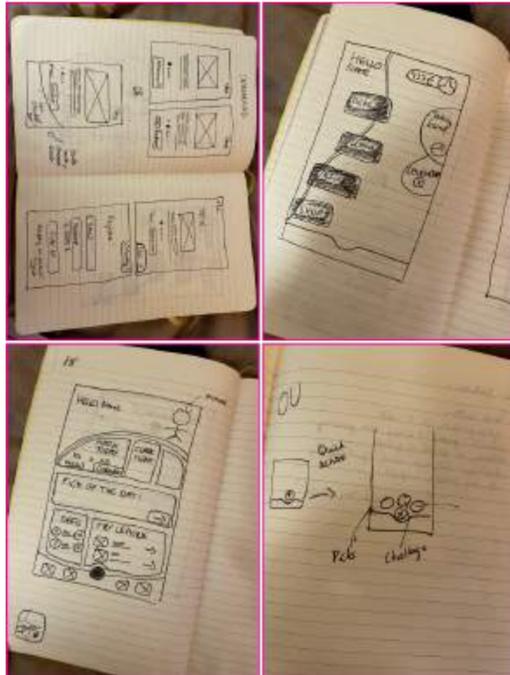
Le user flow nous a permis de cartographier les différentes étapes que nos utilisateurs traverseront lors de leur première utilisation de l'application. Étant donné le défi de rendre notre concept facilement compréhensible, nous nous sommes principalement concentrés sur l'inscription, le paramétrage initial et l'onboarding.

Légende



4.4 LA CONCEPTION DES WIREFRAMES

4.4.1 LE ZONING



L'étape du zoning était cruciale pour élaborer une structure visuelle claire et cohérente, mettant en évidence les informations principales, avant d'entrer dans les détails avec les wireframes.

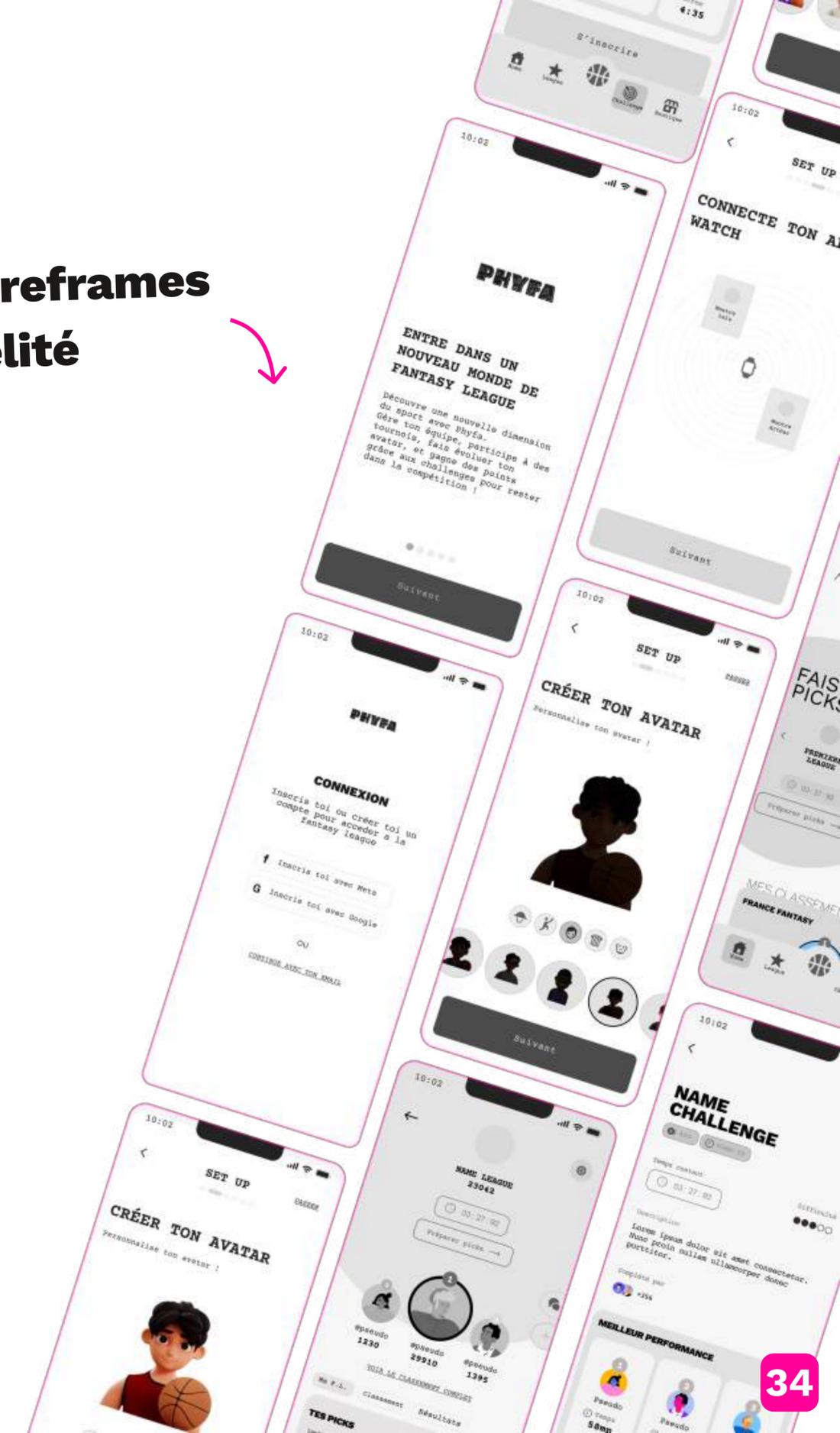
Grâce à cet exercice sur chaque page clé, nous avons pu valider collectivement la disposition des éléments et des fonctionnalités sur nos pages de niveau 1. Ainsi, la transition vers les wireframes a été simplifiée, car la structure était déjà établie.

4.4.2 LES WIREFRAMES

Une fois les structures des pages principales validées, nous nous sommes consacrés à la création des wireframes. Nous avons eu l'opportunité de tester nos maquettes dans le laboratoire d'ergo-design de Gobelins. Nous avons opté pour la réalisation de wireframes haute-fidélité afin de garantir une compréhension maximale du concept par nos utilisateurs et de les aider à se projeter plus facilement, éliminant ainsi d'éventuels biais de compréhension.

Étant donné la complexité de notre concept, il était primordial pour nous de fournir une description détaillée de chacun de nos écrans.

Extrait de nos wireframes haute-fidélité





WELCOME SCREEN 1

Première impression lorsque l'utilisateur arrive sur l'application : l'enjeu ici est de créer une première expérience positive en mettant en avant le concept de Phyfa.

INSCRIPTION/CONNEXION 2

Plusieurs options d'inscription sont disponibles pour répondre aux différentes préférences des utilisateurs. Un écran d'inscription minimaliste, demandant peu d'informations, a été mis en place afin de faciliter une adhésion rapide.

SET UP & REWARD 3

Un processus de configuration a été mis en place pour faciliter l'entrée des nouveaux utilisateurs dans l'application. Les récompenses à la fin du processus permettent une gratification immédiate, ce qui encourage l'utilisateur à visiter l'application et à rester engagé.

TUTORIEL 4

Un tutoriel qui favorise une prise en main rapide de l'application pour ceux qui le souhaitent. Il sert à guider les utilisateurs pour leur offrir une expérience fluide dès le début, et en évitant les frictions d'incompréhension des fonctionnalités.

L'OBJECTIF DE CETTE PHASE EST DE GARANTIR UNE EXPÉRIENCE UTILISATEUR FLUIDE ET AGRÉABLE, AFIN DE SUSCITER UNE PREMIÈRE IMPRESSION POSITIVE DE PHYFA.



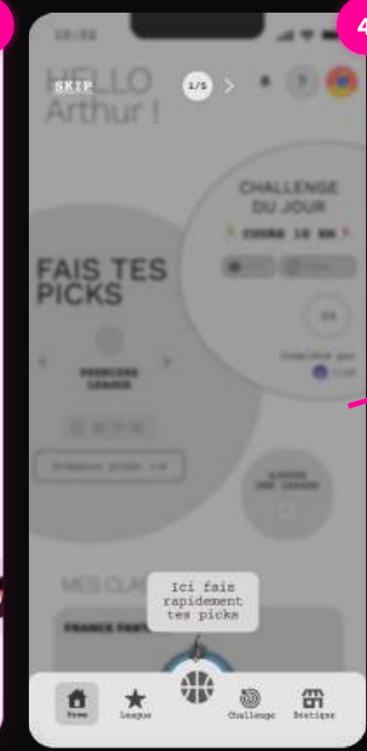
Immerger le joueur dans le jeu et le rassurer.



Une inscription simple et rapide, pour accéder rapidement à l'application.



De la personnalisation pour s'approprier l'application.



Guider le joueur dans son parcours.



Lui laisser le contrôle et prendre en compte son degré d'expertise.





NOUS AVONS CONÇU L'ENGAGEMENT SELON TROIS AXES, CORRESPONDANT AUX PRINCIPALES MOTIVATIONS DE NOS PERSONAS : LE SOCIAL, LA COMPÉTITION ET LA PERSONNALISATION. EN GARDANT À L'ESPRIT DE PLACER LES UTILISATEURS AU CŒUR DE L'ACTION ET DE STIMULER LEURS INTERACTIONS AINSI QUE LEUR IMPLICATION AVEC L'APPLICATION.

SOCIAL ⁵

La possibilité de jouer avec ses amis, de discuter ensemble et de s'affronter renforce l'engagement en insérant le jeu dans un contexte social pour une expérience plus mémorable.

COMPÉTITION ⁶

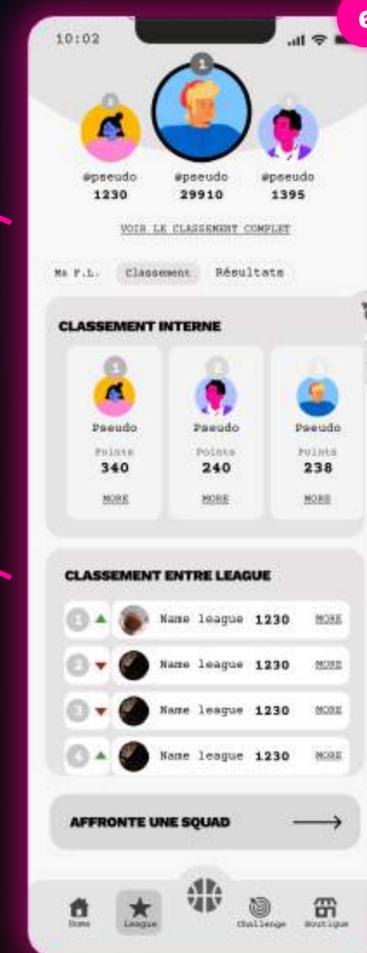
L'aspect compétition mis en avant avec les classements des autres joueurs / équipes pour stimuler la motivation et essayer d'être le meilleur.

PERSONNALISATION ⁷

Une homepage faisant office de dashboard, avec les informations importantes sur les résultats de l'utilisateur, pour stimuler sa motivation.



Placer le jeu dans un contexte social pour une expérience plus mémorable.



Les classements pour stimuler la motivation.



Affronter d'autres équipes.



Un dashboard personnalisé.



PHASE DE RÉTENTION



POUR LA PHASE DE RÉTENTION, QUI VISE À MAINTENIR L'INTÉRÊT DE L'UTILISATEUR AU FIL DU TEMPS, NOUS AVONS CONÇU L'APPLICATION DE MANIÈRE À GARANTIR UNE EXPÉRIENCE CONTINUE, INTÉGRANT DIFFÉRENTS ÉLÉMENTS POUR LES INCITER À RESTER ACTIFS ET INVESTIS.

CHALLENGES SPORTIFS

Des activités variées et un renouvellement des challenges pour conserver l'engouement des joueurs.

NOTIFICATIONS

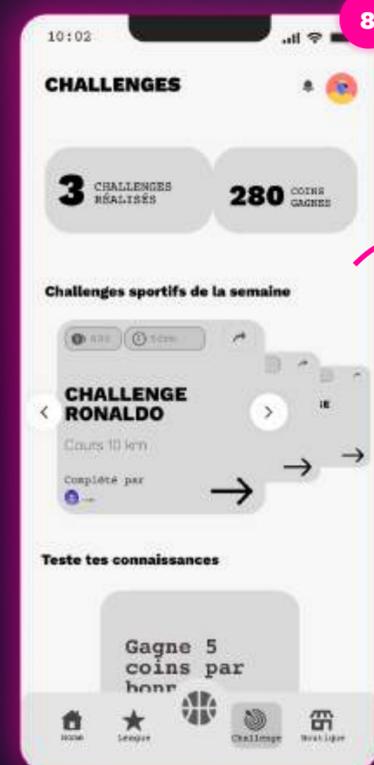
Des notifications comme rappels réguliers pour favoriser le retour des utilisateurs sur l'application et maintenir une implication constante.

STATISTIQUES ET PROGRESSION

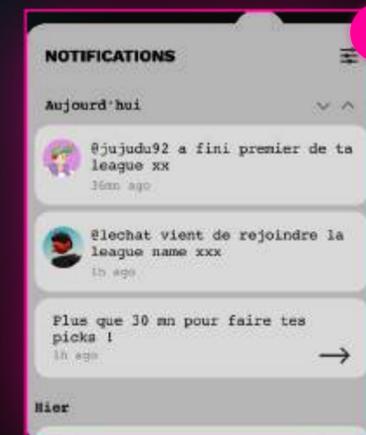
En visualisant leurs statistiques et leur progression, les utilisateurs développent un sentiment d'accomplissement qui renforce leur motivation pour atteindre les objectifs.

RÉCOMPENSES

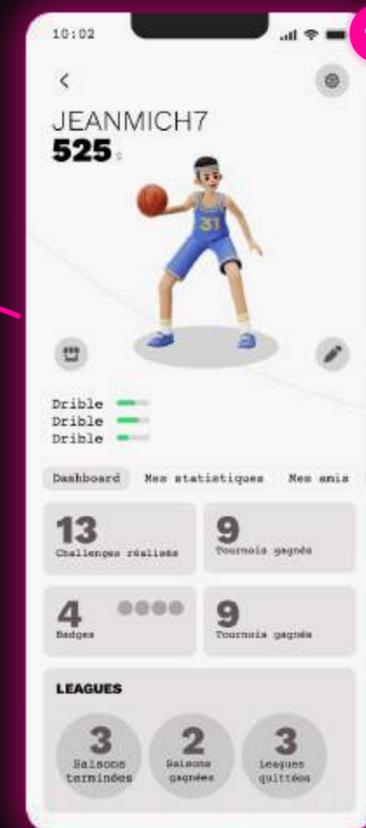
Une boutique pour fidéliser, avec des produits que les utilisateurs peuvent acheter avec les points gagnés. Cela offre une incitation à rester fidèle à l'application afin d'accumuler davantage de points.



Des challenges par joueur/ par semaine pour maintenir l'interêt et une participation quotidienne.



Des notifications comme rappels réguliers pour favoriser le retour des utilisateurs sur l'application et une implication constante.



De la visibilité sur ses statistiques pour développer un sentiment d'accomplissement.



Une boutique pour motiver les joueurs à accumuler des points.

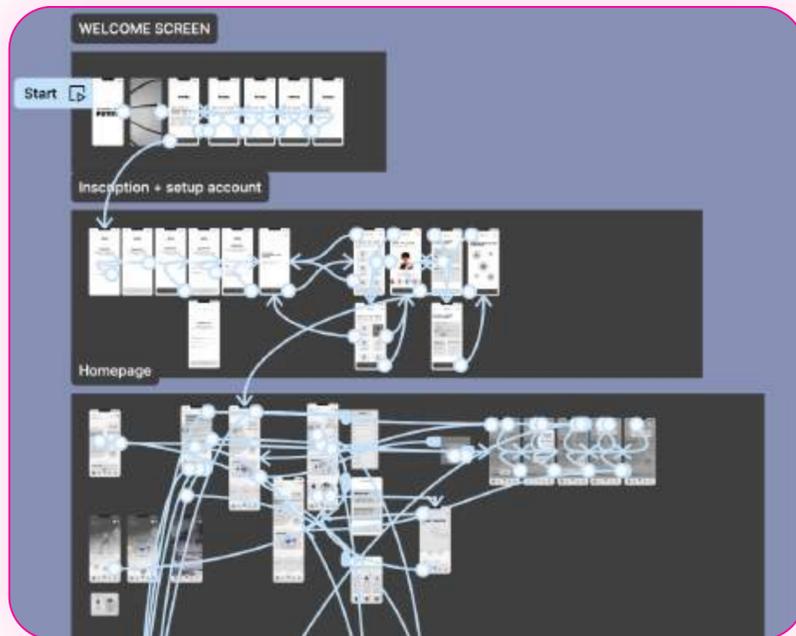


4.5 LA RÉALISATION DE NOTRE PROTOTYPE

Nous avons alors prototypé nos écrans (i.e. wireframes haute-fidélité) dans Figma, ceci afin de pouvoir :

- Mener la phase de tests utilisateur.
- Atteindre l'un des objectifs définis lors de la phase de cadrage du projet.
- Tester les aspects fonctionnels de l'application.
- Analyser le degré de compréhension du concept.

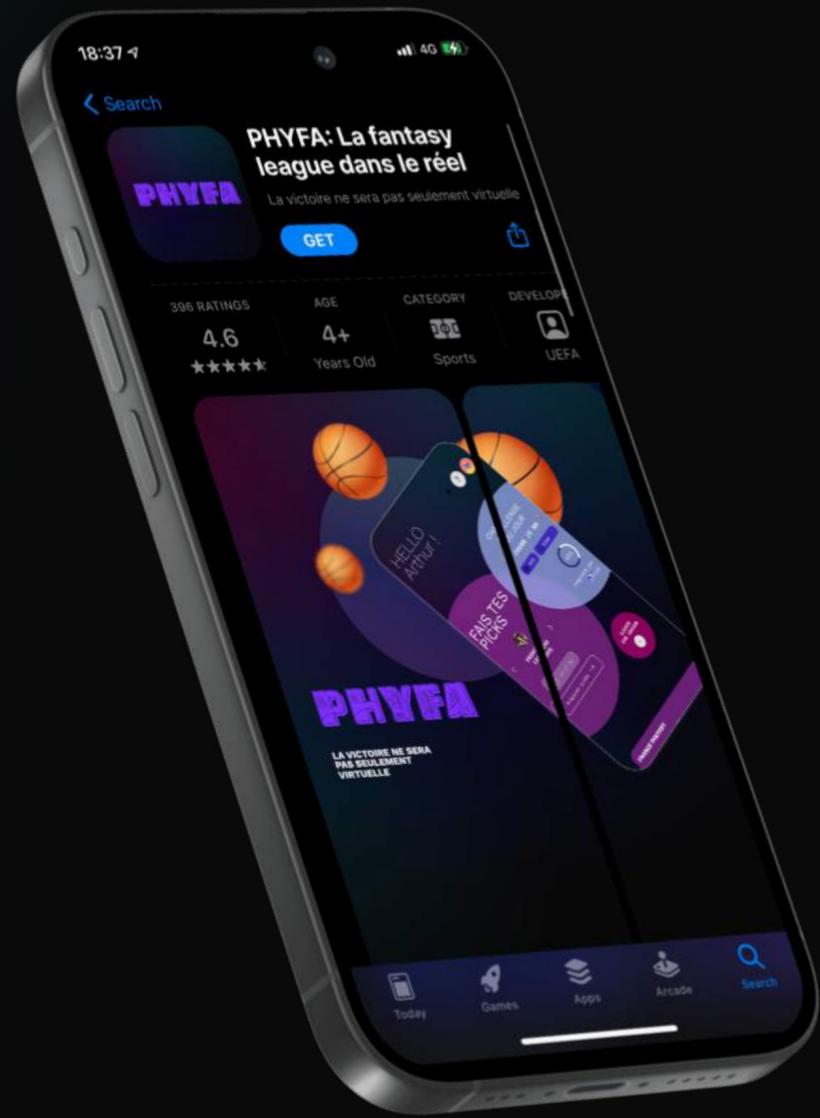
Ainsi, nous avons élaboré un prototype complet, englobant des écrans allant des splash screens à l'accès à la boutique. Le prototype couvre l'ensemble des pages des niveaux 1 et 2, offrant une vision globale de la prise en main de l'application par les testeurs.



**SCANNEZ LE QR CODE
POUR ACCÉDER AU
PROTOTYPE FIGMA**



5 - TESTS



5.1 ÉLABORER UN PROTOCOLE D'ÉVALUATION DE L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR

Dès le début du projet, nous savions que nous voulions faire tester une **maquette complète** aux participants des tests (c'est-à-dire les testeurs). Notre commanditaire ayant mis l'accent sur l'expérience gamifiée, nous avons pris ces tests très à cœur dans la réussite du projet.

L'application pouvant se révéler complexe, il fallait proposer un prototype plus élaboré que de simples wireframes de peur de perdre des testeurs qui ne connaissent pas le concept.

L'idée était de tester deux parcours :

- **L'onboarding**, pour voir si les règles de fonctionnement de l'application étaient comprises.
- **Une création de ligue**, pour voir si cette action principale primordiale était facile d'accès.

Comme expliqué précédemment, nous avons donc pris le parti de faire un **prototype high-fidelity** avec animation sur Figma via un téléphone mobile pour faire tester la maquette.



5.1.1 OBJECTIFS DES TESTS

L'objectif principal de cette séance de test était de valider (ou non) l'adhésion des joueurs au concept du jeu. En effet, les jeux de Fantasy League peuvent être rapidement complexes et difficiles à appréhender. De plus, notre jeu comporte de nouvelles règles liées à des challenges sportifs proposés aux joueurs.

Ces points spécifiques n'ont pas de lien direct avec la Fantasy League dite "classique". C'était donc d'autant plus important de vérifier la bonne compréhension par les joueurs des principes du jeu.

L'objectif secondaire était de valider plusieurs scénarios d'utilisation réalisables en parcourant le jeu. Ceci afin de s'assurer que les joueurs maîtrisent rapidement la navigation et l'accès aux informations utiles pour jouer dans de bonnes conditions, assurant ainsi un taux de rétention élevé.

5.1.2 LES PROBLÉMATIQUES ASSOCIÉES

COMPRÉHENSION

Est-ce que le parcours et le contenu sont accessibles et bien compris ?

LOGIQUE DU DÉBUT DU PARCOURS

La hiérarchie d'information est-elle claire malgré le grand nombre de règles, qui peuvent parfois être complexes ?

INTÉRÊT

Est-ce que l'onboarding délivre assez d'informations pour faciliter l'utilisation du jeu tout en restant simple et efficace ?

5.1.3 HYPOTHÈSES ET OUTILS D'ANALYSE

Dans notre démarche nous avons formalisés des hypothèses à valider ou non à l'issue de nos tests.

Les joueurs qui ne sont pas experts avec le concept de fantasy league doivent pouvoir comprendre les principes de base de l'application (constituer son équipe, consulter ses points et accéder à son résultat et son classement).

Les participants ayant bien compris le concept n'ont ensuite pas de difficultés pour le reste du parcours.

Les joueurs experts en fantasy league doivent pouvoir passer les étapes d'explication des règles classiques et aller directement aux étapes nécessitant de choisir leur équipe. Ils doivent également avoir compris le principe des challenges sportifs.

La présentation séduisante du jeu attire directement les joueurs. L'interface devra être attrayante.

Malgré la simplification, il se peut que certains participants ne comprennent pas clairement le concept.

Le **questionnaire pré-test** nous a permis d'avoir une idée de la cible qui passait le test, en jugeant son niveau de pratique sportive, sa connaissance ou non du monde du basket, et surtout de la fantasy league.

La **matrice de difficultés** a pour but de hiérarchiser les solutions pertinentes, celles qui seront les plus faciles à produire et qui généreront un impact considérable. Elle nous a permis d'identifier au fur et à mesure les points faibles qui revenaient ou non à travers les 5 candidats. Nous avons pu ensuite les identifier plus rapidement pour améliorer la maquette plus tard. Bien que nous n'ayons pas pu tout modifier faute de temps, nous voulions améliorer quelques points pour les livrables auprès du commanditaire.

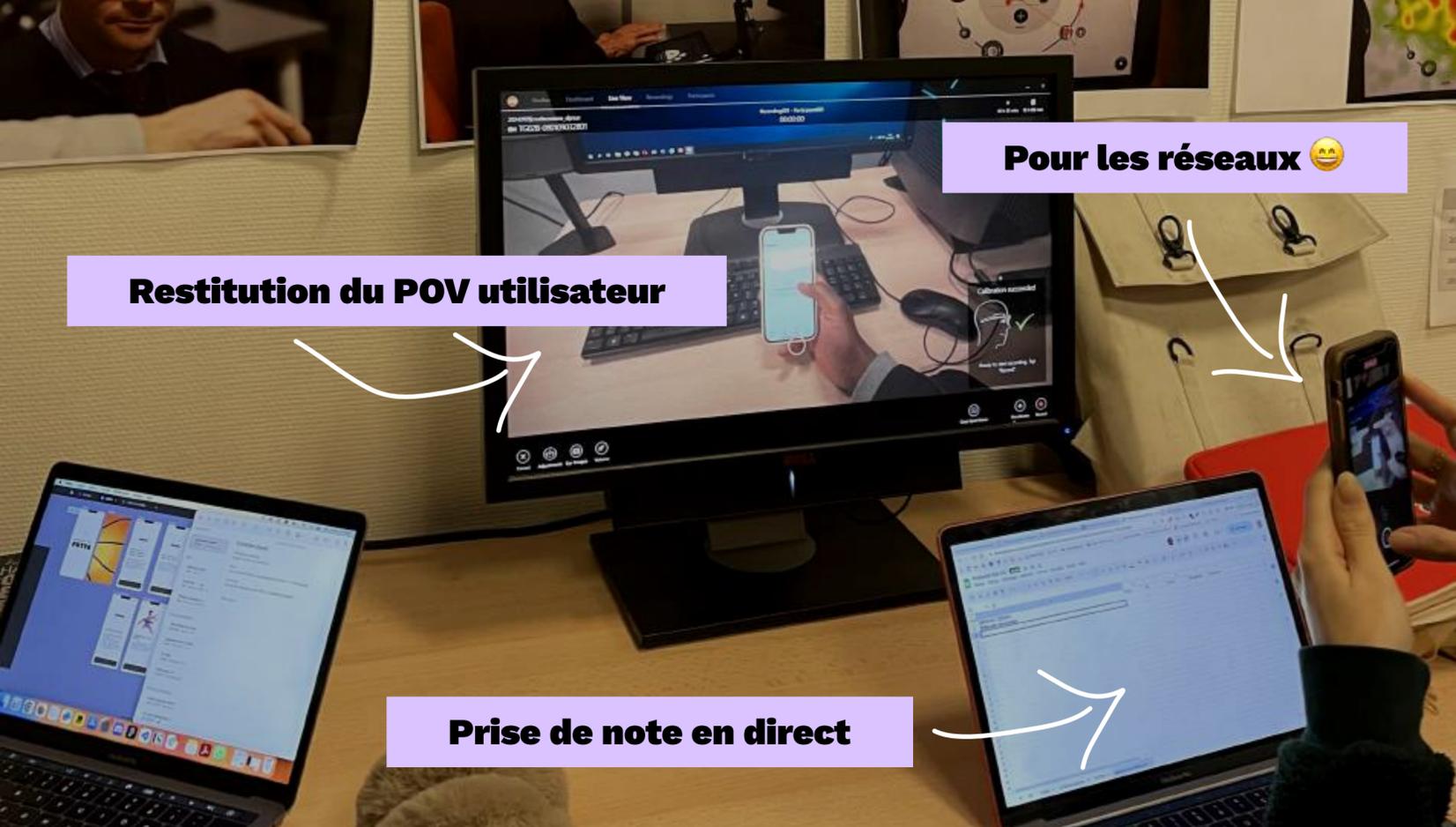
@Manon / @Marie	David	JB	Fiona	Théophile	Jonathan
Difficultés rencontrées					
Ecrans accueil : est revenu une fois en arrière pour relire un bail					
Challenge du jour : pas très clair. Pour lui pas clair les "+120", parle de Phytateurs. Non plus le					
Choix des joueurs pas clair : pour me comparer à eux ?					
Quand il créer une ligue, ne sait pas qui sont ces gens proposés (mes potes ? des inconnus ?)					
Le mot "statistiques" pour les joueurs n'est pas clair, faudrait peut être le remonter					
Pour voir son avatar, il ne cliquerait pas sur le bouton dédié (car compris ça dans l'onboarding)					
Sur la boutique aimerait voir son avatar					
Ecran accueil trop long					
Connait pas le principe des picks / comprends pas tout de suite					
Galère à retrouver sa ligue qu'il vient de créer.					
N'a pas vu la fonctionnalité pour se renseigner sur un joueur					
Tutos : formulations un peu bizarre.					
Incompréhension sur le "temps" dans la page de la ligue					
Bouton central pour retourner sur la Homepage					
Ne sait pas naturellement ou explorer le profil d'autres joueurs					
Le terme de Pick ne comprend pas directement, est un peu flou					
Trop de texte écran d'accueil					

Matrice de difficultés

Enfin, le **questionnaire post-test** venait vérifier les objectifs du test, à savoir l'adhésion des joueurs au concept du jeu et la validation des scénarios d'utilisation en parcourant le jeu.

► Voir annexes 10 p.90





Pour les réseaux 😊

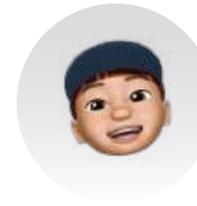
Restitution du POV utilisateur

Prise de note en direct

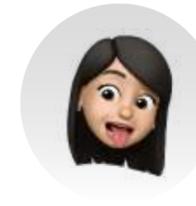
Nos testeurs



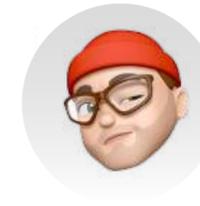
David



Jean-Baptiste



Fiona



Théophile



Jonathan

Une verbalisation orale ?

Avant chaque test, chaque participant recevait un petit briefing à l'oral : pour obtenir un maximum de retours, **nous avons décidé de faire verbaliser** les actions de nos testeurs afin que leur expérience avec le produit soit très claire à nos yeux. De plus, nous étions séparés dans la salle, ce qui a facilité la prise de notes.



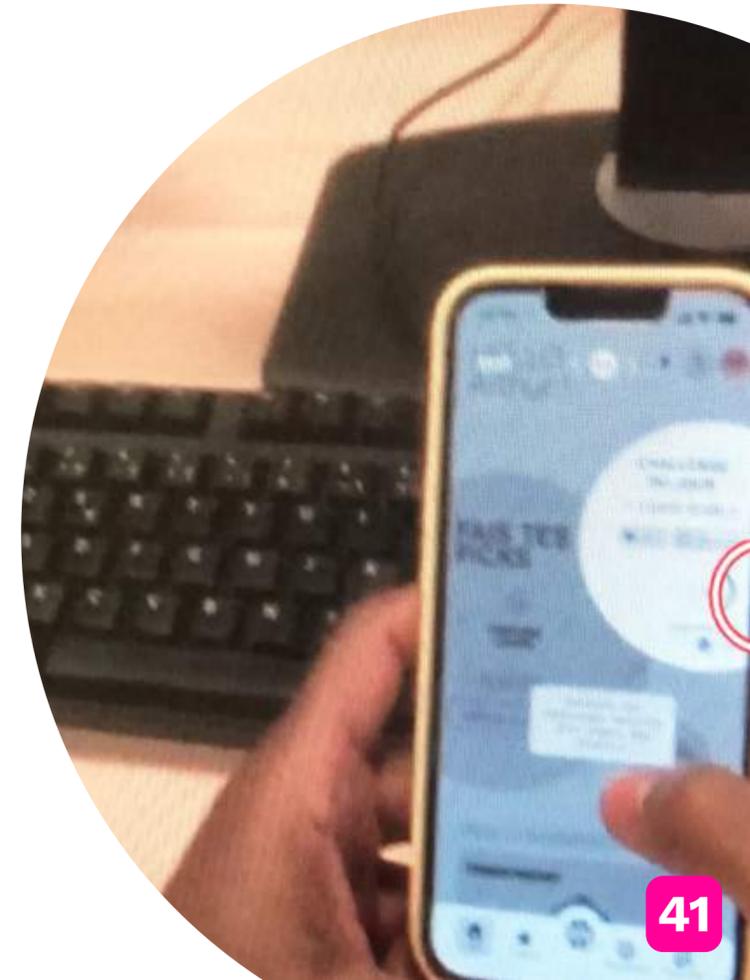
Sur sa demande, Antoine, notre commanditaire, a rejoint la passation des tests par curiosité et intérêt pour le projet. Il n'avait pas le droit de parler, juste d'observer !

5.3 ANIMER LA PASSATION DES TESTS

Le test s'est déroulé au Labo d'Ergonomie et de Design le 09 janvier 2024, et son animation a été cadrée en amont. Nous avons défini le protocole comme suit :

- Adrien posait les questions d'introduction.
- Helena s'est occupée d'animer le test auprès du participant.
- Marie faisait le compte rendu du test en direct, et Manon notait tous les points bloquants rencontrés dans une matrice de difficultés pour voir ce qui ressortait le plus à la fin.
- Louis posait les questions post-test.

▶ * Voir annexes 10



5.2 RECRUTER UN ÉCHANTILLON D'UTILISATEURS

Nous avons fait appel à Antoine, notre commanditaire, pour dresser la liste des 5 participants. Il a sélectionné des personnes de tout âge qui n'étaient pas familières avec le concept de Fantasy League, mais qui avaient tous une appétence pour le sport. Ces cinq personnes travaillent tous de près ou de loin dans le domaine de la tech et avaient donc une bonne connaissance des applications mobiles et de leur fonctionnement. Finalement, nous avons un panel de 4 hommes et une femme, allant de 25 à 35 ans.



Notre panel de testeurs ressemblait au final au persona d'Arthur : des personnes ne connaissant pas la fantasy league mais ayant une certaine appétence pour le sport.

Le fait d'avoir réparti les rôles de manière distincte nous a permis de nous concentrer chacun sur notre tâche et d'avoir une analyse précise et fine, sans qu'aucun ne soit déconcentré. Bien qu'Helena ait eu un rôle un peu fatiguant, on a pu voir l'amélioration de son discours d'utilisateur en utilisateur.

Pour autant, on retient du test :

Un participant complexe...

Nous avons été surpris par le dernier participant, car il s'est focalisé sur des détails très axés sur l'UI (User Interface) de l'application, malgré le fait qu'on lui ait indiqué que nous testions un prototype pour son parcours et non son aspect graphique.

👉 Cela nous a permis de voir qu'il fallait être très précis en début de test et qu'il ne fallait pas hésiter à recadrer le participant si nous sentions qu'il se perdait sur un autre sujet.

Le tracker visuel

Nous n'avons pas beaucoup vu l'utilité du tracker visuel pour nos tests. Il nous est apparu plus comme un gadget qu'un réel outil d'analyse pour notre test.

Une Heatmap ?

Plus que le tracker visuel, nous aurions apprécié avoir une heatmap des endroits les plus cliqués pour voir l'utilisation faite de l'application. Nous pensions que ce tracker aurait permis de générer plus de données utilisables.



5.4 RAPPORTS DE TEST

Nous avons ensuite recueilli tous les résultats des outils d'analyses pour pouvoir valider ou non nos hypothèses de départ que nous avions sur notre prototype.

Dans l'idée de faire une V2 de la maquette post-test en tant que livrable pour Antoine, nous avons **classé les retours qui revenaient le plus**, puis nous les avons **priorisés dans une matrice** en fonction de l'effort qu'ils demandaient et de leur impact positif sur l'application si nous venions à les retravailler.

Hypothèses

L'avatar et sa personnalisation plaît.

Le concept risque d'être trop complexe.

Les participants ayant bien compris n'ont ensuite pas de difficultés pour le reste du parcours.

Retour utilisateur

→ Cela s'est beaucoup vu et nous avons décidé de lui donner plus d'importance dans le produit.

→ Les testeurs ont fait remonter la difficulté à comprendre toutes les informations.

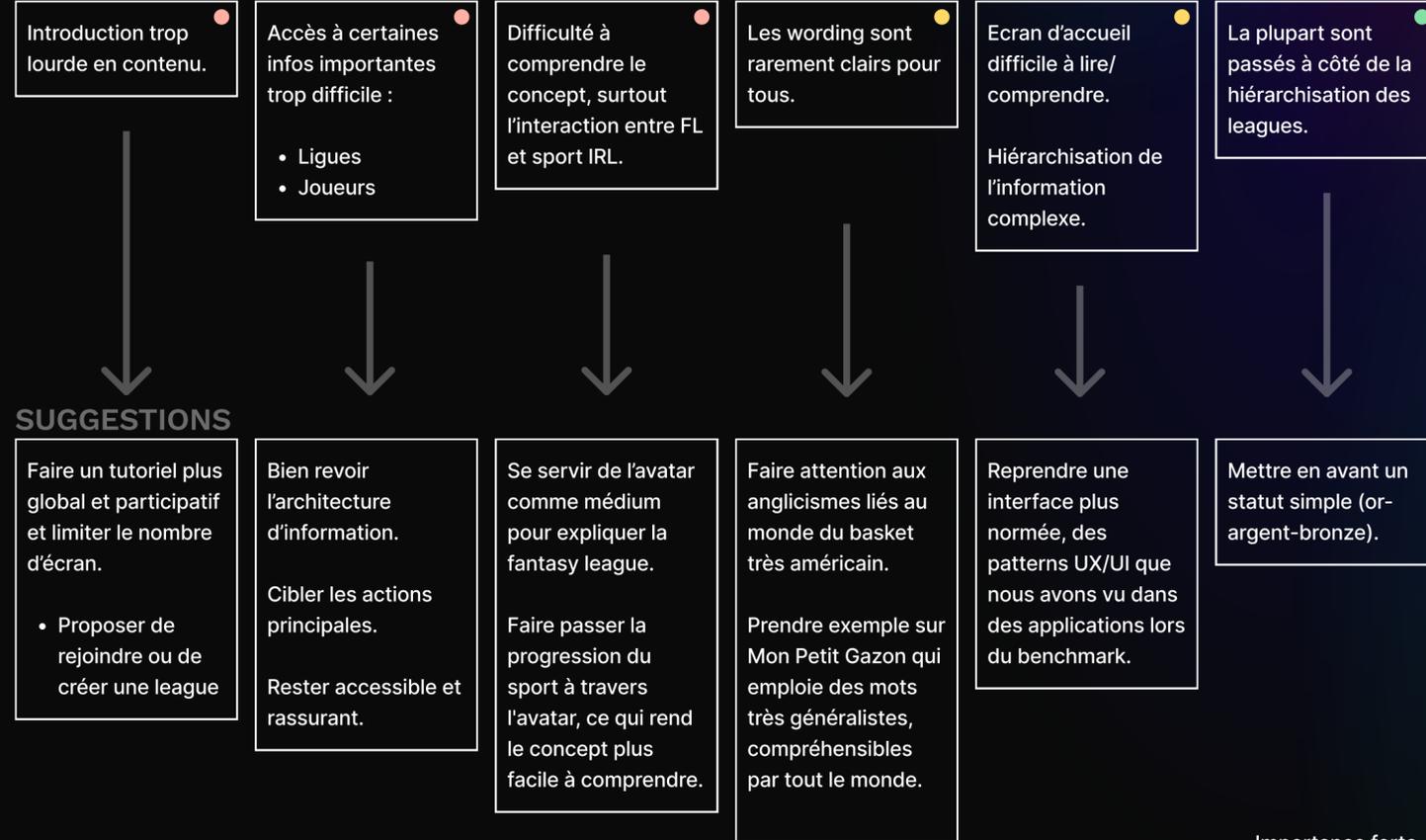
→ L'onboarding est trop long et un peu rébarbatif, il fait perdre l'attention de l'utilisateur. Il ne fait pas si bien comprendre le concept car donne envie d'être passé.



RETOURS ET SUGGESTIONS

Après l'analyse de la matrice de difficultés, nous avons pris les commentaires qui revenaient le plus souvent pour pouvoir les classer par ordre d'importance. Par la même occasion, nous avons émis des suggestions d'améliorations pour l'itération future de la maquette.

RETOURS



- Importance forte ●
- Importance moyenne ●
- Importance faible ●

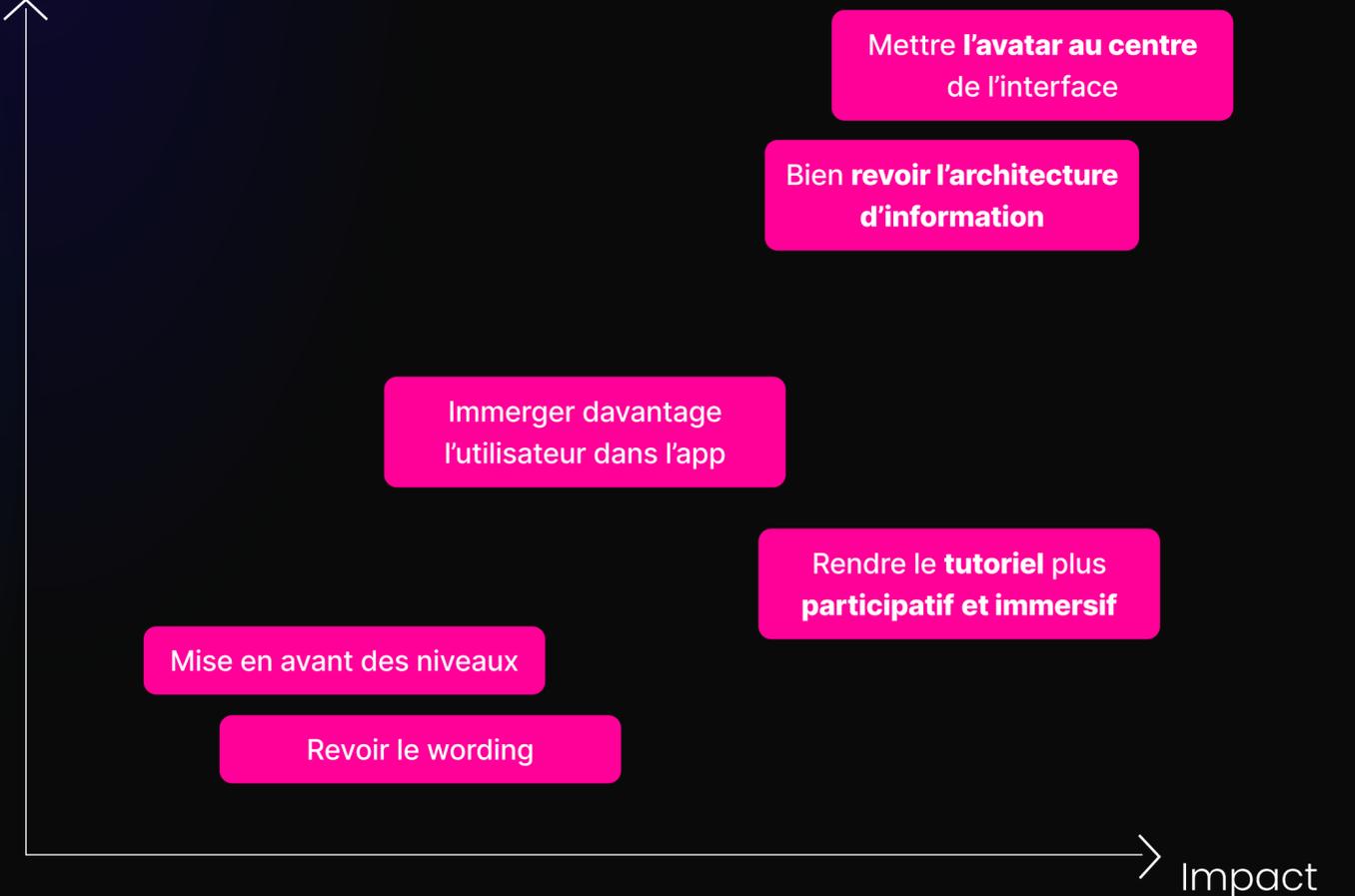
+ Points positifs

- Bonne compréhension du concept de fantasy league et de l'apport du côté pratique sportive.
- Motivation élevée pour utiliser l'application.
- Avatar très apprécié.

- Points négatifs

- Navigation peu fluide.
- Trop d'informations, mal hiérarchisées.
- Processus d'inscription trop lourd.
- Aspect UI étonnant, pas assez de patterns habituels et porte donc à confusion.

Effort



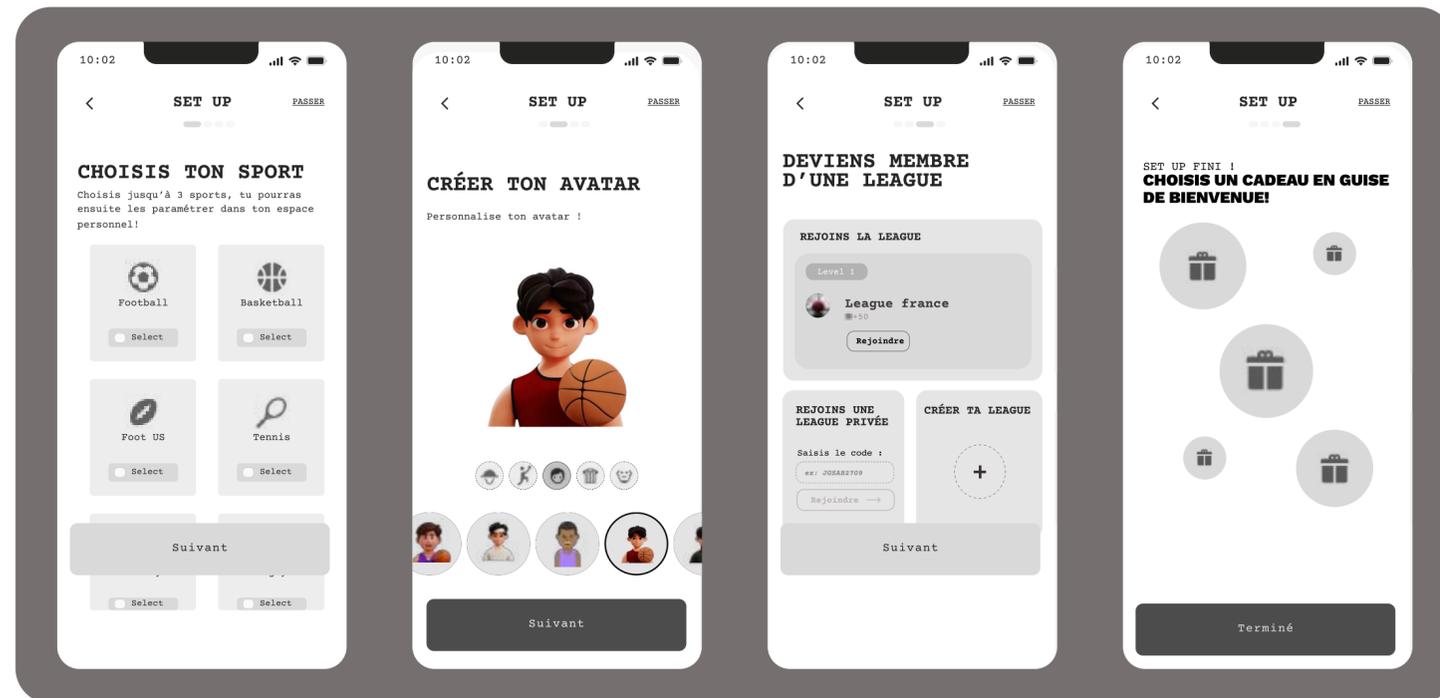
Matrice Impact Vs Effort suite au retours utilisateurs

INSIGHTS ET RECOMMANDATIONS

Pour livrer à Antoine une maquette plus aboutie après les tests, nous sommes donc repassés sur quelques fonctionnalités pour les améliorer en fonction des retours.

ITÉRATION 1 : REVOIR L'ARCHITECTURE D'INFORMATION AVEC UN SET UP SIMPLIFIÉ

La mise en place de l'application après son installation était trop longue et rébarbative. Il fallait l'alléger pour ne pas perdre l'attention de l'utilisateur et risquer de le noyer d'informations avant même d'avoir réellement saisi le concept du jeu. Nous sommes donc passés de 7 écrans à 4. Nous avons intégré le reste des demandes essentielles (permissions de partager les données d'une montre connectée, par exemple) dans l'utilisation de l'application, par exemple au moment de partager un challenge sportif pour la première fois.

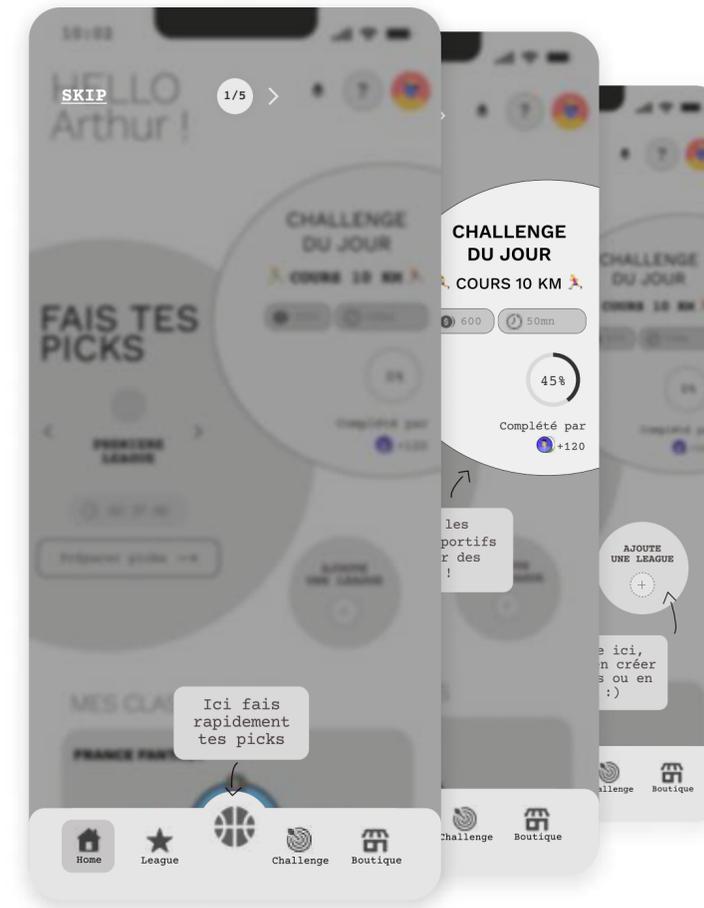


ITÉRATION 2 : LA POSSIBILITÉ DE PASSER L'ONBOARDING

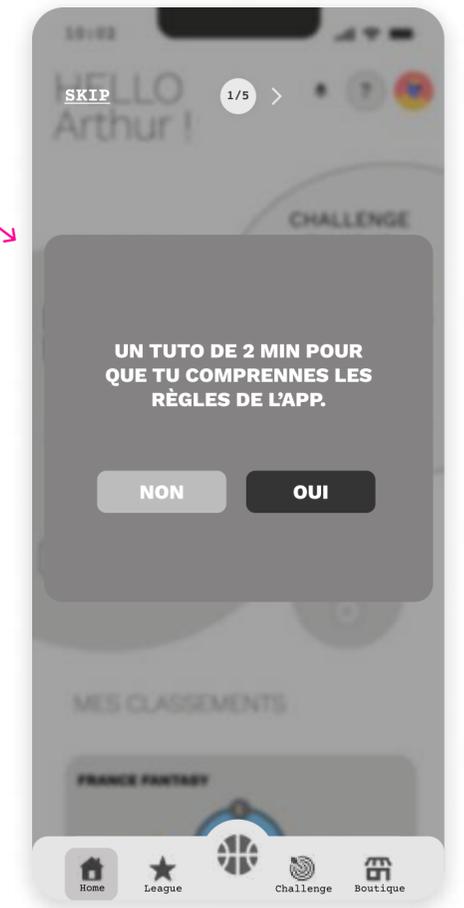
Nos personae nous ont montré qu'il pouvait y avoir des profils connaissant le concept de Fantasy League, comme d'autres non. Nous avons créé un onboarding complet pour bien expliquer les concepts clés à l'installation de l'application, mais n'avons pas pris en compte les personae plus experts qui s'ennuyaient pendant ce dernier.

👉 Nous avons rajouté une pop-in au début du parcours pour donner la possibilité à l'utilisateur d'accéder ou non au tutoriel.

Avant



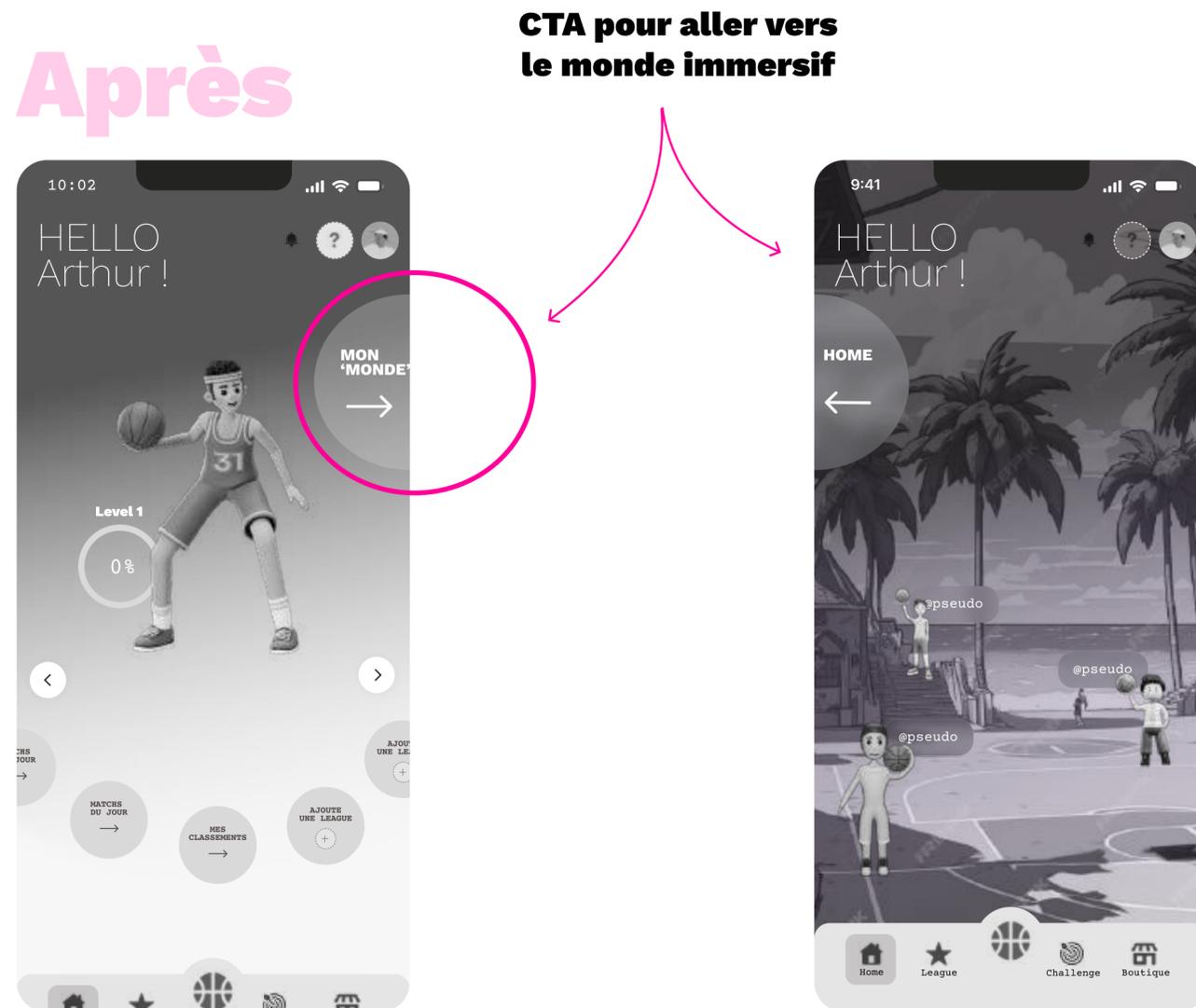
Pop-in Après



ITÉRATION 3 : UN MONDE PLUS IMMERSIF

Les utilisateurs attendaient plus d'immersion et plus de comparaisons avec leur avatar et celui de leurs amis (pouvoir personnaliser leur avatar, voir leurs points, etc.).

👉 Nous avons complètement revu la homepage pour créer un accès à un monde immersif pour le joueur avec plus de visuels. Ici, la feature a été repensée et développée car nous n'avions pas de réel espace social où les utilisateurs pourraient voir l'avatar de leurs contacts ou amis, malgré une forte demande.



ITÉRATION 4 : REVOIR LE WORDING

Pendant les tests, nous avons remarqué que plusieurs participants ont buté sur certains mots que nous avons utilisés. Le mot "pick" (piocher en anglais) était au centre de notre discours et a pourtant posé problème dans la bonne compréhension du concept chez plusieurs participants (cf. matrice de difficultés en annexe).

👉 Il a fallu revoir le vocabulaire utilisé, surtout pour les actions majeures telles que la sélection des joueurs par l'utilisateur dans le cadre de sa fantasy league. Nous avons donc suggéré à notre commanditaire de se constituer un glossaire pour éviter tout problème de compréhension ou de confusion.



6 - PILOTAGE

6.1 LA RÉPARTITION DES TÂCHES

Au lancement du projet, en définissant des rôles à chaque membre de l'équipe (de l'UX designer au directeur de projet), nous avons en tête une répartition académique des tâches. Nous nous sommes vite rendu compte que cela ne fonctionnerait pas, pour les raisons suivantes :

- La disponibilité asynchrone de chacun dans les périodes d'entreprise nécessitait une grande agilité sur nos rôles respectifs.
- L'intérêt d'un tel projet est de pouvoir apprendre des différents rôles.
- La rapidité avec laquelle nous avons enchaîné les cours théoriques et la mise en pratique nous faisait découvrir certaines facettes de chaque rôle au fur et à mesure du projet. Cela nous a poussés à travailler en équipe sur de nombreux sujets, sans respecter à la lettre nos rôles. Et cela a été très bénéfique pour tout le monde.

À noter que la collaboration avec "Joue-La Comme", et plus particulièrement Antoine, nous a permis de valider les différentes étapes de notre travail : recherche utilisateur, idéation, conception, tests, et même la présentation orale.

Une réunion de 2 heures en présentiel pour valider chaque étape et faire un retour d'expérience a été réalisée. Ce travail main dans la main a été très bénéfique pour toutes les parties prenantes.

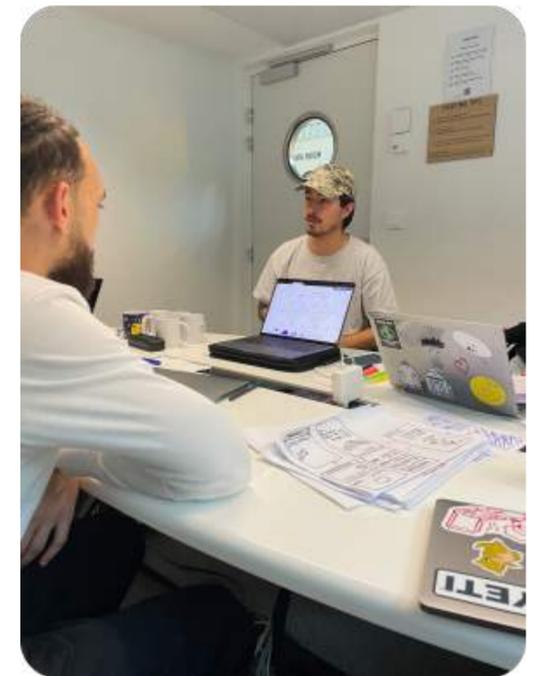
En résumé, nous avons su être souples sur nos rôles et notre esprit collectif nous a permis de mettre en commun nos ressources individuelles au service des problématiques design qu'a soulevé ce projet.

6.2 NOTRE DIAGRAMME DE GANTT

- Un **rétro-planning** basé sur les jalons du projet commandité Gobelins.
- Permet d'**harmoniser et de cadencer** l'organisation au sein de l'équipe.
- La majeure partie de l'avancement étant **hors temps scolaire**, le planning nous a beaucoup aidé à nous synchroniser et à anticiper notre travail.

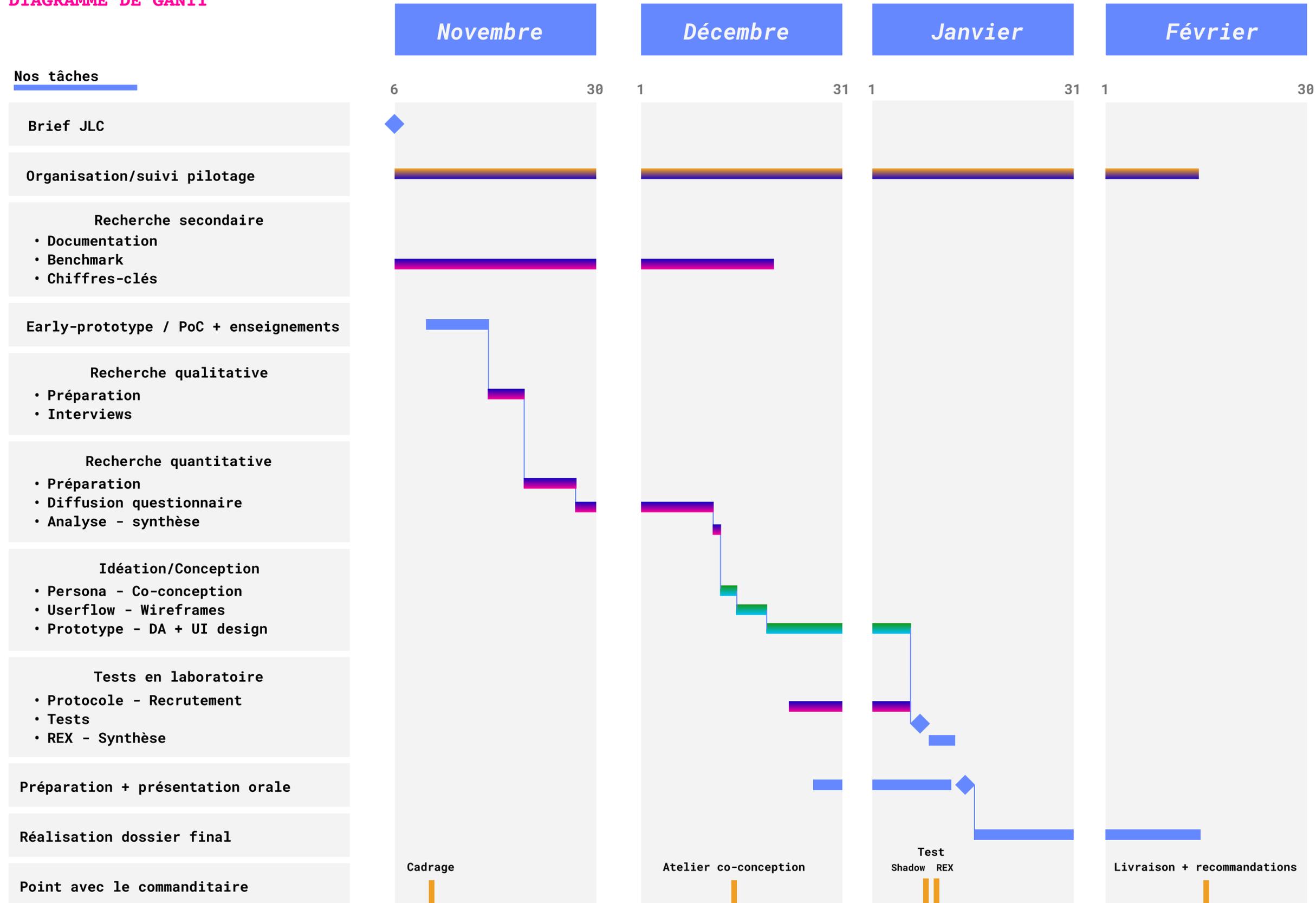
La représentation de l'allocation des ressources par macro-tâche est indicative. **Elle représente les leaders par phase.** L'ensemble des acteurs du projet ayant contribué à chaque étape.

À noter que ce planning détaillé et les tâches associées étaient disponibles de tous, sous Figma (et Notion). Il nous a permis de faire en sorte que chaque acteur du projet ait les informations.

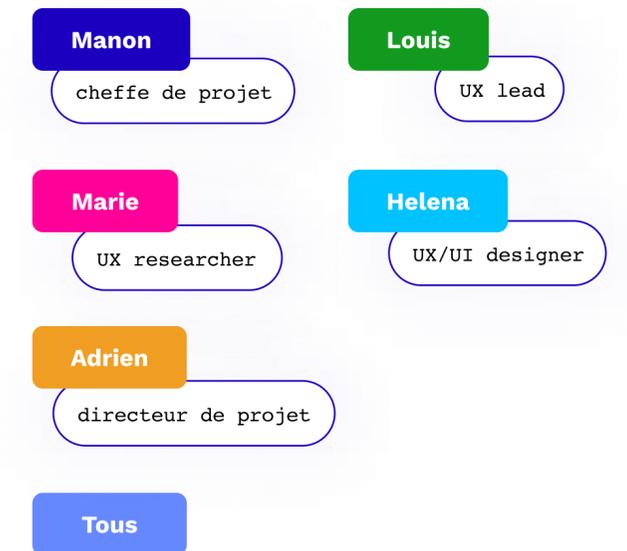


Réunion d'avancement
Joue-La Comme x Gobelins
à Station-F le 12 Décembre 2023

DIAGRAMME DE GANTT



Légende



6.3 ET APRÈS ?

Notre travail associé à ce projet commandité avait, entre autres, pour objectif d'aller jusqu'à la livraison d'un prototype. Nous avons relevé le défi. Cependant, dans le cadre de l'exercice pédagogique, nous avons envisagé la suite du projet.

Après l'élaboration d'un PoC simple (permettant de valider/ajuster le concept de Fantasy League et de défis sportifs) et **la livraison d'un prototype** haute fidélité réalisé sur Figma, nous permettant de tester notre concept de jeu et de communiquer autour du projet, il resterait à organiser **le développement et le lancement du MVP**.

Ceci nécessiterait de se concentrer sur les fonctionnalités de base, permettant aux joueurs de comprendre la proposition de valeur de PHYFA, d'adhérer au produit et de les prioriser. Une phase de développement et de tests serait également indispensable pour donner vie à ce produit, suivie d'une phase de recette et de livraison pour un "go live".

À noter qu'il faudra prévoir des phases d'itérations lors de la phase de développement/tests pour anticiper et pallier aux aléas techniques que nous rencontrerions à coup sûr (erreur de codage, problème de staffing de l'équipe...). Le "go live" signifierait le début d'une autre phase qui permettrait de faire évoluer le produit en fonction des retours utilisateurs (commentaires, rapports de bugs, ajout des fonctionnalités non prioritaires dans le MVP, idées nouvelles de fonctionnalités...).

Pour se faire, la cheffe de projet piloterait cette activité en collaboration avec l'équipe design (UX, research), car l'évolution du produit nécessiterait d'itérer sur la recherche utilisateur, tout comme sur la première version du prototype. Ce processus itératif est à la base de la méthode de design thinking centrée sur l'utilisateur.



6.3.1 NOTRE PLANNING (FICTIF) DE PRODUCTION

Nos tâches

Organisation pilotage

Production

- Réalisation spécifications
- Développement

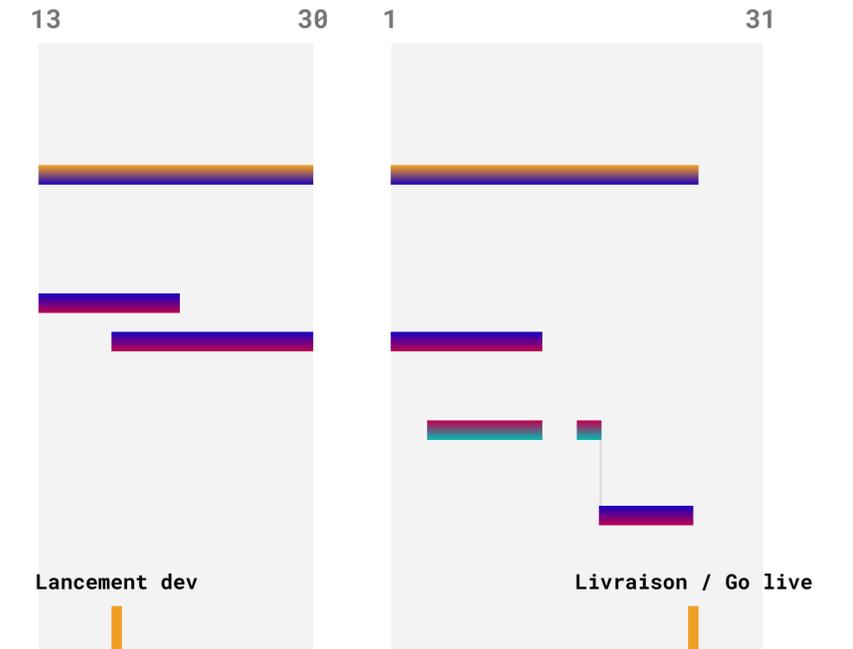
Tests - Itération(s)

Recette - Livraison

Point avec le commanditaire

Février

Mars



En complément de notre équipe, nous ferions appel à un développeur mobile full-stack et un testeur, afin de réaliser la production du MVP :



6.3.2 AMÉLIORATION DES PROCESSUS

Au fil de nos échanges avec Antoine et son équipe, nous nous sommes aperçus que ces derniers étaient intéressés par les différents outils que nous mettions en place. À chaque session de travail, nous commençons par un petit exposé concernant notre méthodologie.

Par exemple, pour la recherche utilisateur quantitative, nous leur avons expliqué :

- L'importance de rédiger des questions non biaisées.
- Ce que nous cherchions à savoir derrière chaque question et pourquoi.
- Notre méthode pour mener à bien un entretien utilisateur.

Nous avons eu le sentiment de partager notre savoir (récemment acquis) avec eux. Eux-mêmes nous ont confirmé qu'ils souhaitaient mettre en place certaines méthodes dans leurs processus, notamment en ce qui concerne la recherche utilisateur.

Nous avons également pu démontrer très concrètement l'utilité et la puissance de Figma dans la réalisation d'un prototype d'application. Ils ont été étonnés de la rapidité avec laquelle le prototype a pu être conçu et de la qualité du résultat.

Enfin, en interne de notre équipe Gobelins, nous avons privilégié la communication entre les membres plutôt que des processus trop figés de répartition des tâches. Nous adaptions la charge de travail en fonction des disponibilités et des motivations de chacun. Conscients des limites d'une telle organisation dans un projet d'entreprise sur le long terme, nous avons trouvé que cette méthode avait très bien fonctionné pour nous, exception faite des rendus en vue de la présentation orale et de la rédaction du dossier pour lesquels nous avons dispatché le travail.

6.3.3 DES "PEER-REVIEWS" RÉGULIÈRES

Le travail de relecture finale par les pairs (c'est-à-dire la peer review) nous a permis de nous challenger et d'améliorer la qualité des productions et des réunions.

Par exemple, lorsque l'un des membres préparait un deck en vue d'une séance de travail avec notre commanditaire, d'autres membres de l'équipe relisaient systématiquement le contenu et proposaient des modifications et améliorations.

Cette méthode a eu deux avantages majeurs :

- Améliorer la qualité du travail.
- Éviter au maximum les oublis.

Elle a également permis l'adhésion de l'ensemble du groupe au travail fourni par la personne en charge de la séance de travail.

6.3.4 UN TRAVAIL EN AUTONOMIE

Nous avons eu la chance de ne pas être contraints par notre commanditaire, qui nous a donné carte blanche pour travailler autour de sa problématique. Étant bien conscients de cet avantage, nous avons pris soin de l'informer régulièrement (au minimum 1 à 2 fois par semaine) de l'avancée de nos travaux.

Nous n'avons pas hésité à nous appuyer sur son expertise et son réseau lorsque nécessaire :

- **Son expertise** - Pour comprendre le milieu de la Fantasy League sportive, en le questionnant de nombreuses fois.
- **Son réseau** - Pour qu'il nous propose des personnes intéressées et disponibles pour la session de tests utilisateurs au laboratoire d'Ergo-design de Gobelins.

Cet équilibre subtil entre autonomie et feedback, voire demande de soutien, a été l'une des clés majeures de la bonne entente avec notre commanditaire tout au long du projet, et même après.

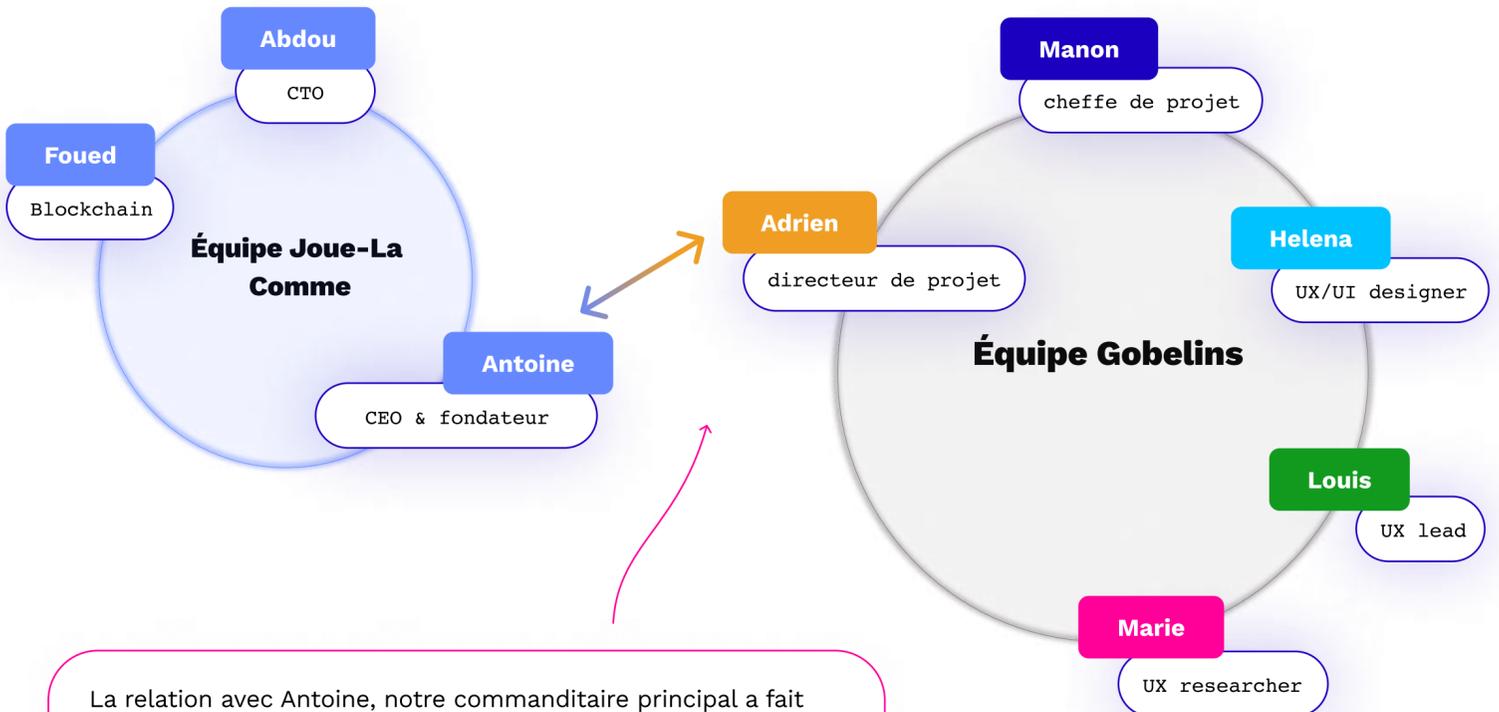
6.4 MANAGEMENT DES PARTIES PRENANTES

Dans ce projet, nous avons pu mettre en pratique une notion centrale du Design management : le “stakeholder management” ou “management des parties prenantes”.

Pour se faire nous avons

- Identifié et représenté l'ensemble des participants du projet.
- Réfléchi à notre positionnement vis-à-vis de ces derniers.

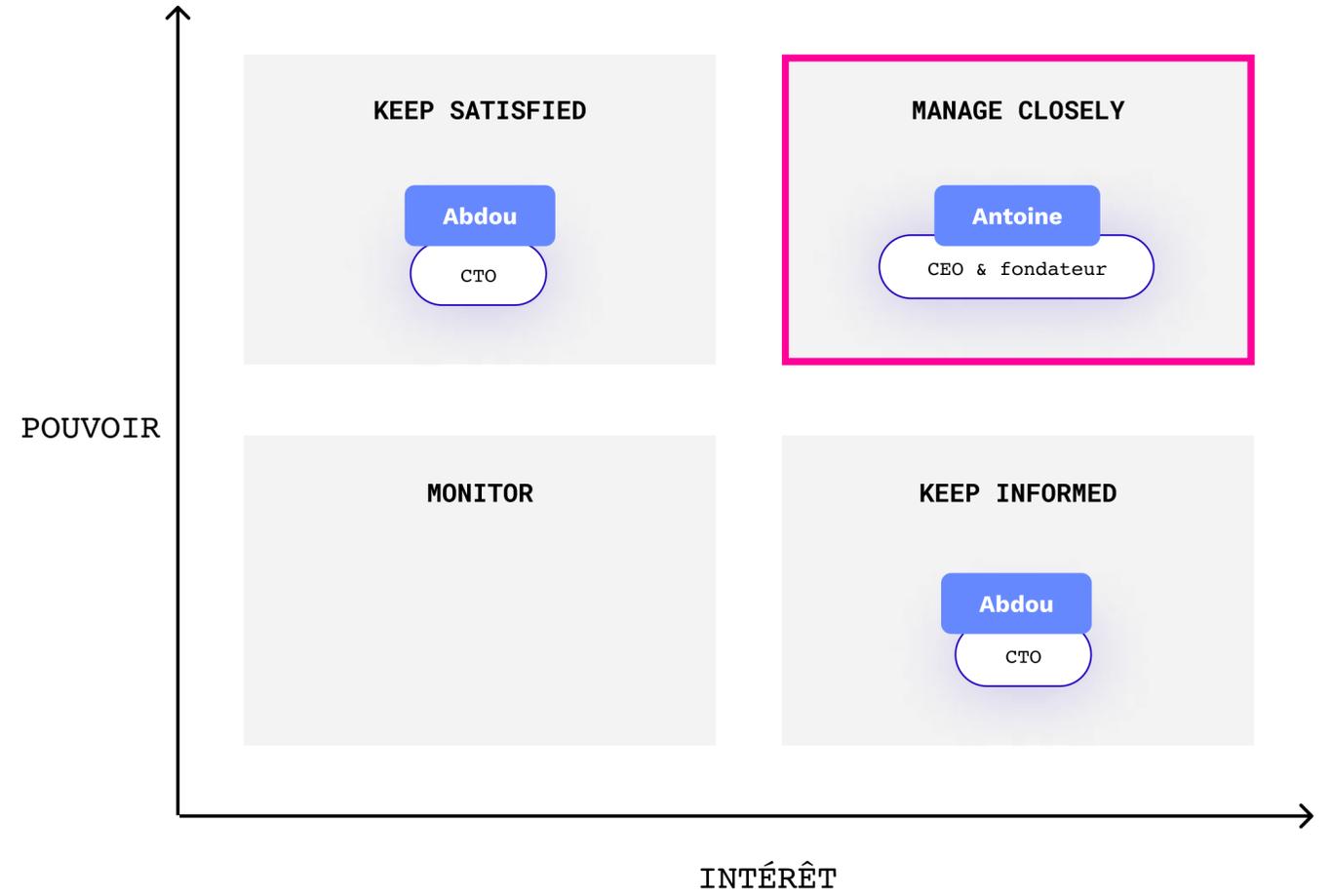
6.4.1 MAPPING DES PARTIES PRENANTES



La relation avec Antoine, notre commanditaire principal a fait l'objet d'une attention particulière. En assignant une unique personne responsable des échanges à distance (mail et whatsapp principalement) nous avons construit une excellente communication. Facilitant ainsi grandement les échanges entre Joue-La Comme et notre équipe.

6.4.2 ANALYSE DE NOTRE POSITIONNEMENT

C'est à l'aide d'une simple matrice d'analyse des parties prenantes nous avons pu nous mettre d'accord sur nos objectifs en terme de management des relations. Cela a été très utile pour prioriser nos interactions lorsque la charge et/ou le rythme de travail augmentait.

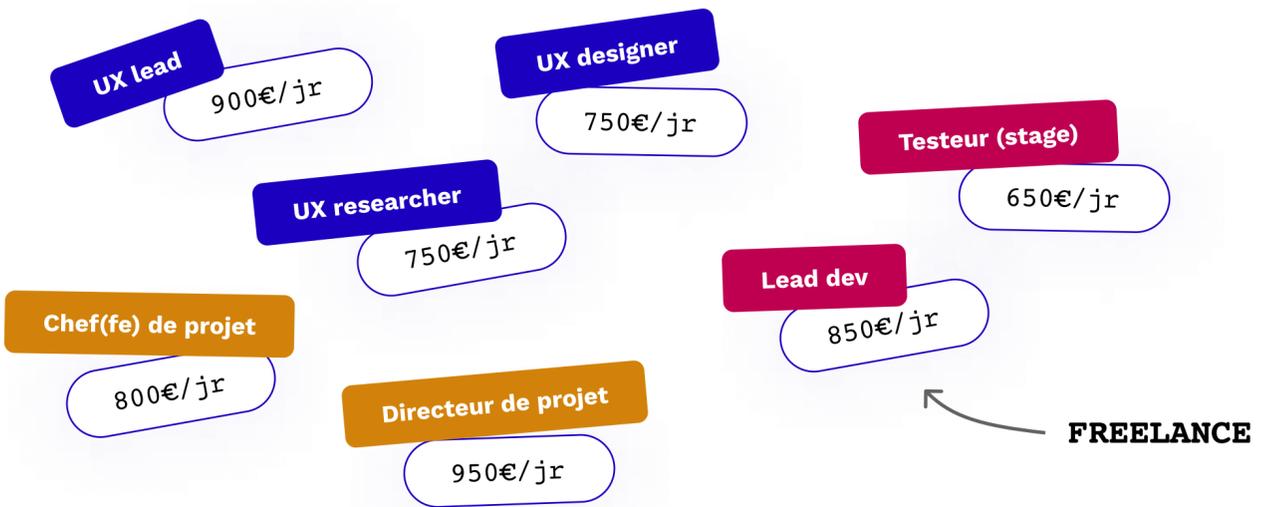


Matrice Pouvoir Vs Intérêt

6.5 BUDGÉTISATION DU PROJET "PHYFA"

Pour l'exercice, nous avons réalisé une évaluation budgétaire la plus réaliste possible compte tenu des caractéristiques de notre projet.
 Nous avons récupéré des taux horaires réalistes issus de ceux de l'agence dans laquelle travaille un des membres de l'équipe.

TAUX JOURNALIERS MOYENS Février 2024 :



Nous ferions le choix de passer par un lead développeur freelance responsable des travaux de développement/production de l'application.
 Notre souhait serait de négocier une tarification "au forfait", car nous pensons que ce type de développement peut être amené à dériver dans le temps.

Après avoir réuni les TJM actualisés, les différents talents dont nous aurions besoin et identifié les tâches et livrables nécessaires, nous avons estimé le volume de travail (en jours) pour chaque étape. S'en est suivi une estimation globale, consolidée et validée par notre commanditaire (pour l'exercice uniquement...).

L'estimation budgétaire a été divisée en 2 lots :

- Lot 1 : De la phase de discovery jusqu'à la livraison du prototype
- Lot 2 : Production et livraison de la 1ère version de l'application (MVP)

ESTIMATION BUDGÉTAIRE

Projet PHYFA - JLC x Gobelins				Team Gobelins						
				MANAGEMENT		UX			TECH	
				Chef de Projet	Directeur de Projet	UX lead	UX/UI designer	UX research	Lead Dev	Testeur
#	ACTIVITÉS	LIVRABLES	TOTAL	800 €	950 €	900 €	750 €	750 €	850 €	850 €
1	DISCOVERY									
1.1	Eco-système Fantasy League	Enseignements recherche secondaire	4 475 €	5	0,5					
1.2	Recherche Utilisateur	Dossier REX proto whatsapp Enseignements recherche primaires (interviews & questionnaires)	7 275 €	1	0,5			8		
1.3	Synthèse	Synthèse Discovery	2 500 €	1	1			1		
2	CONCEPTION									
2.1	Persona/Co-conception	Dossier de conception (persona et parcours détaillés, userflow, architecture de l'app)	6 375 €	1	0,5	4	2			
2.2	Parcours/Wireframes	Wireframes (5 écrans clés et 10 déclinaisons)	4 650 €			1	5			
2.3	Prototype V1	Réalisation du proto	13 300 €	2		3	12			
2.4	UI design	Direction artistique Création des interfaces graphiques	4 550 €	1			5			
3	TESTS									
3.1	Tests utilisateur	Réalisation tests labo Ergo-design	1 500 €					2		
3.2	Synthèse	Synthèse Tests	800 €	1						
4	LIVRAISON LOT 1									
4.1	Itérations post-tests Qualité	Finalisation prototype app Documentation - Spécification fonctionnelle	2 875 €	3	0,5					
5	ITÉRATIONS									
5.1	Prototype V2	Collecte des retours Modification prototype	4 650 €			1	2	3		
6	PRODUCTION									
6.1	Réalisation de l'app	Rédaction spécifications Développement	68 850 €	3		3			75	
7	QUALITÉ									
7.1	Tests Qualité	Tests Corrections à la marge	4 300 €						2	4
8	LIVRAISON LOT 2									
8.1	Livraison finale	Présentation commanditaire Livraison des masters	2 650 €	1	1	1				
			128 750 €							

6.6 NOS LIVRABLES

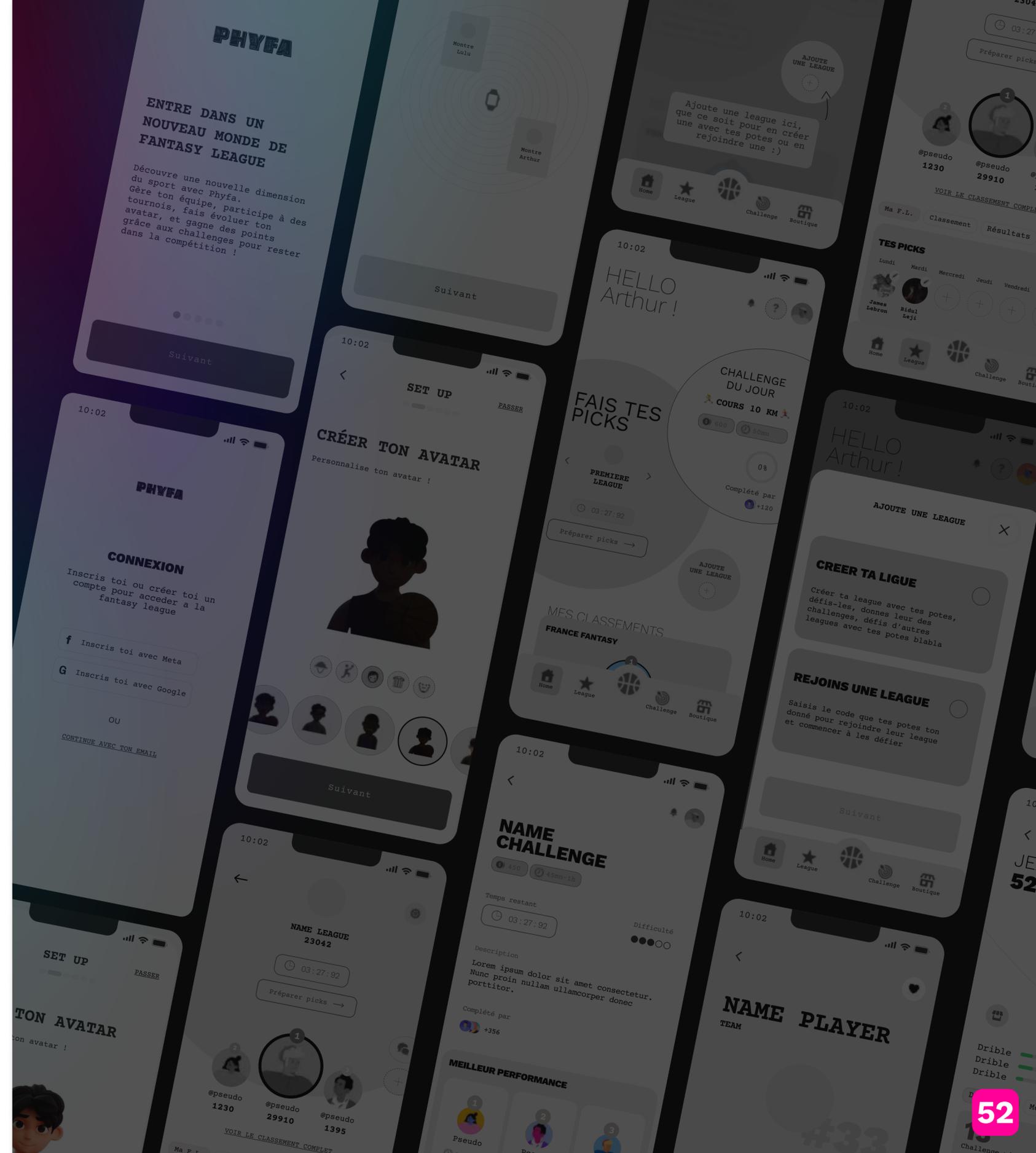
Ce que nous transmettons à notre commanditaire

Dès le début du projet, nous avons conclu avec Antoine que nous serions prêts à lui livrer toutes les ressources qu'il désirait, résultantes de nos travaux de recherche. Les principaux livrables que nous avons établis étaient :

- Une **maquette low ou high fidelity** de l'application.
- Les **personae**.
- Les **résultats de la recherche** utilisateur.



Antoine a déjà fait appel à nous pour utiliser nos travaux afin l'aider à constituer un dossier pour entrer dans un incubateur !

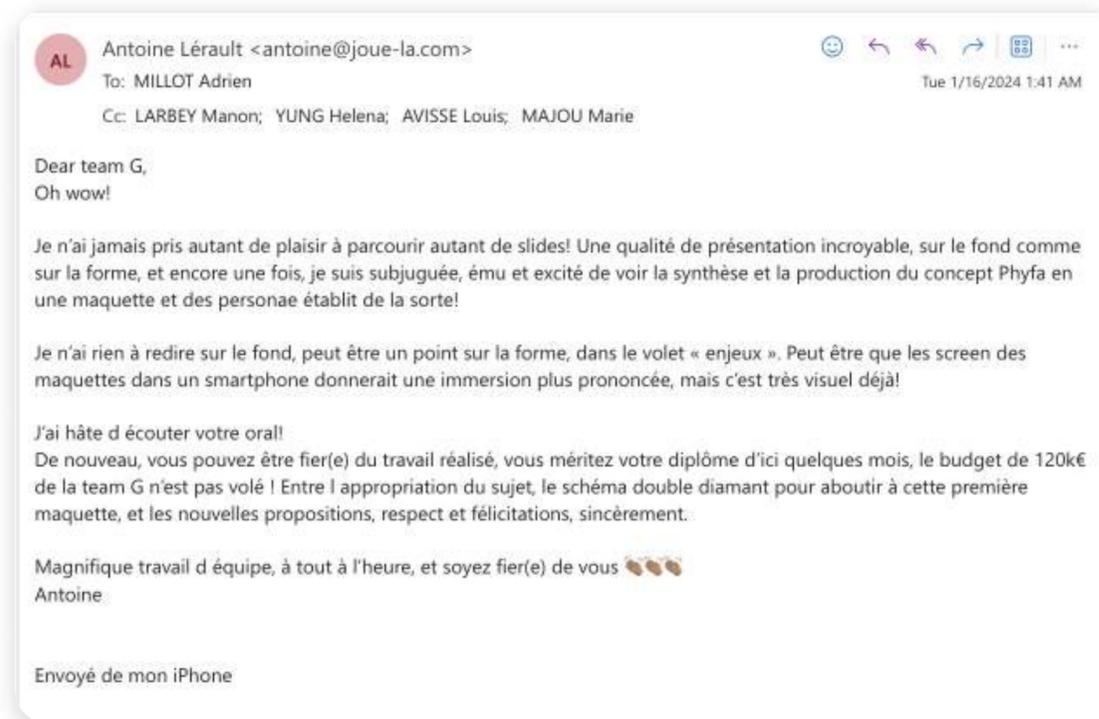


Remerciements



Un grand merci à toutes les personnes que nous avons rencontré et qui ont participé à ce projet de près ou de loin.

Nous avons eu la chance de travailler avec un commanditaire très investi dans son entreprise, mais qui pour autant nous a fait beaucoup confiance et a grandement apprécié la qualité de notre travail.



Mail envoyé par Antoine qui témoigne bien de la qualité de nos rapports !



ANNEXES

ANNEXE 1

Kick-off

🕒 15 minutes

1.Intro

Section 1

Petit dej + présentations

🕒 50 minutes

2.Nos questions

Questions

- VOTRE EST-IL LIÉGÉ DE... ?
- C'EST QUOI CONCRÈTEMENT... ?
- VOTRE CAPTEUR... ?
- QUEL TYPE DE SPORT... ?
- LES COULEURS... ?
- VOTRE BREVET... ?
- VOS ATTENTES... ?
- VOS CONCURRENTS... ?

🕒 5 minutes

4.Pour communiquer...

Pour nos maquettes Pour embeter Marie Pour orga la felicitia

🕒 5 minutes

5.Next steps

- Gobelins : Envoyer le planning
- Joue La Comme : Envoyer datas / infos supplémentaires sur projet 1 / 2 (si possible)
- Joue la Comme : liste concurrent
- Joue La Comme : contact pour recherche utilisateurs

🕒 20 minutes

3.Partons sur une vision commune

ON VALIDE...

- Une vision commune
- Les cibles
- Les objectifs / atterries
- Le produit

ANNEXE 2

Recherche secondaire

Données sur les types de fans sportifs

bouquet de chaînes payant. Car « il y a plusieurs types de fan et pas de fan-type », renchérit Stéphane Guerry, président de la filiale sport du groupe Havas. Et si le sport se classe 6ème passion des Français, ils sont deux sur trois à se dire « intéressés » par le sport et 12% à se dire même « passionnés ». En tête des « intérêts », la marche et la randonnée (38%) devant le football (35%), le vélo-Cyclisme (29%) ou encore le tennis (29%), la natation (28%), le rugby (26%) et l'athlétisme-course à pied (25%). Mais côté « audience », le sport roi, le football, reprend ses droits (32%) devant le tennis (24%) et le rugby (23%), selon l'étude.

De quoi dresser une typologie de 5 fans :

- « **L'omnisportif** », ce boulimique du sport qui voit sa passion rythmer son quotidien (17%, 7 millions de personnes)
- « **Le consultant** », cet expert d'un sport qui aime vivre et partager sa passion (17%, 7 millions de personnes)
- « **Le Patriote** », supporter inconditionnel de l'équipe de France et des sportifs français (38%, 16 millions de personnes)
- « **Le convive** », adepte du sport pour passer un bon moment entre amis (20%, 8 millions de personnes)
- « **Le spectateur** » qui s'intéresse uniquement dans les grandes occasions (8%, 3 millions de personnes)

<https://www.cbnews.fr/etudes/image-fan-sports-qui-es-tu-43766>

Les fans considèrent leur smartphone comme un compagnon permettant d'améliorer leur expérience lorsqu'ils regardent du sport, que ce soit à la maison ou dans une enceinte sportive. Plus des deux tiers (68 %) des fans ont utilisé un terminal mobile pour obtenir régulièrement des informations sur le match/le joueur tout en regardant le match en direct, et 65 % pour regarder des replays vidéo à 360 degrés. 68 % des fans voudraient également pouvoir utiliser leur téléphone portable lorsqu'ils sont au stade pour obtenir par exemple des informations sur les joueurs ou des statistiques en direct en le pointant simplement en direction des joueurs, grâce à la réalité augmentée. Enfin, les fans seraient également intéressés par des expériences sportives améliorées, notamment dans le métavers. Deux tiers d'entre eux, par exemple, souhaiteraient acheter des produits dérivés numériques pour les porter dans des mondes virtuels (66 %) ou encore assister virtuellement à des matchs et rencontrer des fans ou des joueurs dans une enceinte sportive virtuelle (64 %).

<https://www.capgemini.com/fr-fr/actualites/communiqués-de-presse/69-des-fans-préferent-regarder-le-sport-en-dehors-des-enceintes-sportives-notamment-les-plus-jeunes/>

Les services aux fans :

- Immersion : elles permettent d'augmenter l'acquisition, la fidélisation et la rétention des fans à distance ou dans les enceintes sportives (Vogo, BeFan Sports, Wisl Media, Immersiv.io...). Elles s'appuient généralement sur la réalité augmentée/virtuelle.
- Fantasy & Prediction games : jeux en ligne, avec ou sans pari d'argent, permettant de défier en ligne des communautés de fans (MPG, MFL, Virtual Regatta, Sorare...). Ils sont de plus en plus liés aux technologies blockchain et NFT ; le principal défi technologique réside dans la réalisation d'une simulation du sport la plus proche de la réalité.

<https://qualifio.com/fr/blog/engagement-des-fans-dans-le-sport/>

Playing fantasy sports well requires having up-to-date knowledge of the real world sport. Without knowing who is injured or who is likely to be in the starting lineup each week, a player can turn a good team into a loser. Because of this trait, most fantasy sport players are people who were already somewhat interested in the sport, just not necessarily avid spectators

<https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=aba54c1fe78e73359cd84c4705fe7504ffd2aaf6>

Données sur les types de fans sportifs

Le marché est tellement mature que le profil moyen du joueur de Fantasy League est connu :

- 80% des joueurs sont des hommes
- 51,5% des joueurs ne sont pas mariés
- L'âge moyen des joueurs s'élève à 34 ans
- 78,1% des joueurs ont un diplôme universitaire
- En moyenne, le joueur de « Fantasy League » pratique cette activité depuis plus de 9 ans
- Le joueur moyen « consomme » près de 18 heures de sports par semaine
- Un joueur passe en moyenne près de 9 heures à jouer chaque semaine à une ou des « Fantasy league »
- Enfin, le sport le plus pratiqué dans le cadre des « Fantasy League » est le football américain (69,4% de l'activité), sport de loin le plus populaire aux Etats-Unis

Surtout, 46,9% des joueurs participent à des « League » payantes et y consacrent en moyenne 111 \$ par an (soit environ 73 €). On parle donc d'un marché de 3,6 milliards de dollars (2,6 milliards d'euros) rien qu'aux Etats-Unis et ce, hors revenus publicitaires touchés par chaque site hôte.

<https://www.lefigaro.fr/blogs/sport-business/2014/05/les-fantasy-league-ce-marche-peripherique-du-sport-aux-enjeux-colossaux.html>

Données sur l'enregistrement des performances sportives

La **mesure de performance**, qu'elle soit destinée au sport amateur ou professionnel, est la principale catégorie qui fait appel à la data et, plus globalement, à l'apport de la Tech. En effet, les **enjeux technologiques sont doubles** : à la fois sur les modèles de données à construire from scratch et sur la partie Hardware, afin d'obtenir un produit suffisamment robuste mais peu encombrant pour ne pas perturber la pratique. L'apport de la Tech permettra aux sportifs professionnels et amateurs d'améliorer leurs performances tout en réduisant leurs risques de blessure.

Plus d'un français sur deux a une pratique sportive régulière pour une industrie qui pèse 78Mrds€. La France possède de nombreuses entreprises leaders et à la pointe de l'innovation dans leur domaine (Babolat, Rossignol, Salomon, Decathlon, Look, Julbo, Lacoste...). De plus en plus d'anciens sportifs **se reconvertissent dans l'entrepreneuriat & l'investissement** et apportent leur expérience ainsi que leur exigence. L'écosystème dont bénéficient les sporttech françaises est donc favorable, entre un marché interne important, des partenaires potentiels déjà leaders et des sportifs impliqués et volontaires. Afin de rester parmi les leaders sur ce marché, il est crucial de continuer à financer les nouveaux projets innovants. L'apport de la Tech et de la data va continuer à révolutionner la pratique sportive.

<https://www.sharptone.fr/articles/focus-secteur/sportech-data-au-service-du-sport/>

PERSONA

1. Lapsed users. Users who registered for an account, used it a few times and then stopped using it. This seems to be most of the users on Strava judging from my network and the analysis from Mark Slovenia mentioned above, not surprisingly, given that consistent exercise and activity tracking is not an easy habit to maintain (whereas clicking on Instagram stories or scrolling through Tiktok is...)
2. Casual users. Users who are recording ~1-2 activities per week but aren't really taking advantage of all the rich features that Strava has to offer and don't really need to. They like to see their pace and network's workouts but aren't really interested in much else.
3. Athletes. These are the hardcore users who are recording 4+ activities a week and obsessing over their stats and their network's stats, gunning for KOMs/CRs, and overall training hard. We can further segment these into 3A (non-paying) and 3B (paying). This is likely a minority of users.

strava.com

Données sur les NFTs, avatars...

1. NFL et Roblox

La National Football League a fait une entrée remarquée dans le metavers ! L'institution a ouvert un **magasin virtuel** dans le jeu vidéo, pariant sur l'engouement récent des fans de sport pour les NFTs. Les joueurs peuvent y acheter des assets digitaux comme des maillots ou des casques de leur équipe préférée. À noter que cette opération ne serait qu'un teaser en vue de d'autres projets prévus pour 2022.



💡 **Pourquoi c'est intéressant ?** Roblox est un terrain de jeu idéal pour atteindre la jeune génération de digital natives. Le concept même de la plateforme permet aux marques de créer leurs propres univers et expériences. En y créant un shop virtuel, la NFL s'adapte aux usages de ces jeunes gamers friands d'accessoires digitaux pour habiller et équiper leurs avatars.

Données sur l'enregistrement des performances sportives

4. American Express et NBA 2K22

À quelques rues du mythique Crypto.com Arena (ex Staples Center), American Express a proposé aux fans de NBA et du jeu vidéo NBA 2K l'expérience hybride "The American Express x NBA 2K22 Experience". Le temps d'un weekend, un pop-up a vu le jour à Los Angeles pour promouvoir la prochaine édition du jeu vidéo NBA 2K22 grâce à une **expérience immersive**.

Pour attirer les fans, American Express a vu les choses en grand : des produits du jeu vidéo disponibles gratuitement et uniquement dans le pop-up, un face scan studio pour créer un avatar du jeu à son image, un "Infinity Cube" pour une **immersion complète dans le jeu** grâce aux sons et aux images, et un store de produits (physiques). Pour promouvoir l'événement, les athlètes de NBA et WNBA Paul George et Breanna Stewart se sont affrontés sur un match de NBA 2K22 retransmis en direct sur le compte Twitch de la NBA.

🔍 Pourquoi c'est intéressant ? L'objectif ambitieux est simple : donner *physiquement* vie à l'engouement *digital* des gamers pour NBA 2K22. Les outils utilisés par American Express et la NBA sont particulièrement intéressants, ils ont utilisés tous les codes de ce jeu vidéo pour créer une expérience **hybride** et **immersive** : les sons, les images, les avatars, les produits et l'expérience de match via des athlètes de haut niveau.

Les plateformes de Fantasy league :

POUR LE FUN



TRASH TALK FANTASY LEAGUE



NBA FANTASY LEAGUE



ESPN MEN FANTASY LEAGUE



YAHOO FANTASY LEAGUE

POUR L'ARGENT / NFT



SORARE



NFT draft

Les plateformes sportives :

POUR LE FUN

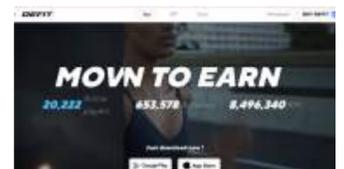


STRAVA



NIKE TRAINING CLUB

POUR L'ARGENT / NFT



DEFIT



FOOTBAR

	Sorare	Omada	TTFL	ESPN FL	Footbar
Type de concurrent	Direct	Indirect	Direct	Direct	Indirect
Typologie de l'offre	Jeu mobile et desktop de cartes à collectionner en ligne sur le thème du sport.	Application mobile de paris sportif.	Site de fantasy league de basketball.	Site de fantasy league la plus joué au monde, principalement aux états unis.	Application d'enregistrement de performances physiques.
Proposition de valeur	Sorare offre une expérience de Fantasy league unique en utilisant des cartes digitales basées sur la technologie NFT, permettant aux passionnés de football de collectionner, échanger et jouer avec des cartes virtuelles exclusives de joueurs réels.	Omada offre une expérience de paris sans risque financier, permettant aux utilisateurs de s'immerger dans le plaisir du jeu en utilisant des points plutôt que de l'argent réel.	TTFL offre une expérience de fantasy league de basketball gratuite, 100% française avec une fanbase engagée et engageante sur les réseaux sociaux. Celle-ci permet aux joueurs de challenger leurs connaissances sur le sport dans un environnement compétitif.	ESPN Fantasy League propose une expérience immersive de Fantasy sports, permettant aux utilisateurs de créer et de gérer des ligues virtuelles pour divers sports, ajoutant une dimension compétitive et divertissante à la passion sportive des participants.	Footbar offre la possibilité aux pratiquants de football de mesurer leurs performances grâce à une application ou chacun peut partager ses résultats et montrer sa progression.
Points positifs	<ul style="list-style-type: none"> • Design simple et ludique. • Contexte dynamique basé sur l'actualité : beaucoup de nouveautés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Design moderne et accueillant. • Offre un environnement "safe" en rupture avec le monde des paris sportifs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Communauté très engagée, allant au delà de la plateforme (Audience active sur les réseaux sociaux). • Système de FL allant à l'essentiel, abordable pour tous. 	<ul style="list-style-type: none"> • n°1 en terme d'utilisateurs. • Référence dans le milieu. 	<ul style="list-style-type: none"> • Traduit des données complexes en offrant des rapports à la fois détaillés et lisibles. • Aspect communautaire au sein de l'application permettant de se mesurer aux autres sportifs.
Points négatifs	<ul style="list-style-type: none"> • Expérience autour de cartes à acheter pouvant rapidement paraître complexe pour les moins aguerris. 	<ul style="list-style-type: none"> • Peu de personnalisation. • Bien que basée sur l'actualité, répétitive en terme de gameplay. 		<ul style="list-style-type: none"> • Tournée principalement (voir exclusivement) sur le marché américain. • Expérience poussée de FL, peu accessible. 	<ul style="list-style-type: none"> • Barrière à l'entrée : acheter le capteur pour avoir l'expérience complète.

ANNEXE 3

Recherche qualitative

Tableau de score & Planning prototype Low Cost

Nom	Score	
Pierre (Adrien)	494	
Guilhem	683	
Alexandre Martin	731	
Vinod	809	
Baptiste	588	
Pierre Bordier	742	4eme
Estelle	721	
Julien Leclercq	882	1er
Mathieu	599	
Thomas	319	
Mathis	749	3eme
Olivier Hassan	371	
Dja	558	
Nicolas	729	5eme
Adam	418	
Titouan	687	
Pierre (??)	606	
Thélieau Royer	453	
Léo	781	2eme
Arthur Jean	549	

NBA SHOOTERS LEAGUE Planning

ROUND 1	ROUND 2	ROUND 3	ROUND 4	ROUND 5	ROUND 6
Nuit de Lundi à Mardi LIMITE PICKS : Lundi 00:00	Nuit de Mardi à Mercredi LIMITE PICKS : Mar 00:00	Nuit de Mercredi à Jeudi LIMITE PICKS : Mer 00:00	Nuit de Jeudi à Vendredi PAS DE MATCH	Nuit de Vendredi à Samedi LIMITE PICKS : Ven 19:00	Nuit de Samedi à Dimanche LIMITE PICKS : Samedi 22:00
Charlotte vs Boston (1H00)	Orlando vs Toronto (1H00)	Charlotte vs Washington (1H00)	POSSIBILITE DE FAIRE UNE ACTIVITE POUR AVOIR DES POINTS	Boston vs Orlando (20H30)	Philadelphia vs Oklahoma (23H00)
Detroit vs Denver (1H00)	Atlanta vs Indiana (1H00)	Orlando vs Denver (1H00)		Phoenix vs Memphis (23H00)	Miami vs Brooklyn (00H00)
Washington vs Milwaukee (1H00)	Philadelphia vs Cleveland (1H30)	Atlanta vs Brooklyn (1H00)		Chicago vs Toronto (1H30)	Atlanta vs Washington (1H00)
Chicago vs Miami (2H00)	Phoenix vs Portland (3H00)	Boston vs Milwaukee (1H30)		Miami vs New York (1H30)	LA Lakers vs Cleveland (1H30)
Minnesota vs New York (2H00)	LA Lakers vs Utah (4H00)	Cleveland vs Miami (1H30)		Sacramento vs Minnesota (2H00)	New Orleans vs Utah (3H30)
New Orleans vs Sacramento (2H00)		Indiana vs Toronto (1H30)		Denver vs Houston (2H00)	Dallas vs LA Clippers (4H30)
San Antonio vs LA Clippers (2H00)		Houston vs Memphis (2H00)		Detroit vs Indiana (2H00)	
Golden State vs Houston (4H00)		Memphis vs Philadelphia (2H00)		San Antonio vs Golden State (4H00)	
		New Orleans vs Sacramento (2H00)		New Orleans vs LA Clippers (4H30)	
		Oklahoma vs Chicago (2H00)			

SHOOTER LEAGUE FL

Fichier Édition Affichage Insertion Format Données Outils Extensions Aide

50% | \$ % .0 .00 123 | Par dé... | - 10 + | B I A

A1:C2 | NBA SHOOTERS LEAGUE

Player	Round 1	Round 2	Round 3	Round 4	Round 5	Round 6	Total
Baptiste	45	14	14	14	14	14	119
Pierre Bordier	17	17	17	17	17	17	102
Estelle	32	32	32	32	32	32	192
Julien Leclercq	32	32	32	32	32	32	192
Thomas	7	16	9	9	9	9	49

Questionnaire entretiens qualitatifs participants prototype low cost

- **Q1** : Quels ont été vos ressentis généraux par rapport au test ? Citez 3 choses qui vous ont particulièrement plu et 3 choses qui vous ont déplu ? *(Nous cherchons à identifier en premier lieu la compréhension des règles, les points de friction et les motivations générales)*
- **Q2** : Quel a été votre processus de choix de joueurs ? Combien de temps environ y avez-vous consacré par jour ? *(Nous cherchons à déterminer les sites/applications qu'ils ont consultés, les appareils utilisés, les statistiques regardées, où ils étaient, etc)*
- **Q3** : Comment évalueriez-vous votre degré de motivation au fur et à mesure du test ? // Selon vous, comment a évolué votre motivation du début à la fin du parcours ? *(Nous cherchons à connaître l'évolution de leur motivation tout au long du test)*
- **Q4** : S'ils n'en ont pas parlé d'eux-mêmes : "Estimez-vous que l'annonce du gain à la moitié de la semaine a impacté votre motivation pour le jeu ?" *(Nous cherchons à savoir l'impact ou l'absence d'impact qu'a eu l'annonce du gain)*
- **Q5** : Quels ont été vos ressentis généraux par rapport à la règle ajoutée du bonus lié au sport ? *(Nous cherchons à savoir ce qu'ils ont pensé de l'ajout de cette règle sans les influencer : comprendre le ressenti et pourquoi ce ressenti)*
- **Q6** : Avez-vous modifié vos habitudes sportives en prenant connaissance de cette règle ? *(Nous cherchons à savoir si les participants ont modifié leurs habitudes de pratique sportives pendant la semaine de test.)*
- **Q7** : Quel est ton rapport aux statistiques sportives ? *(Laisser les participants nous parler librement de leur rapport aux statistiques sportives : publiques et privées.)* De quelle façon tu suis l'actualité sportive ? Est-ce que tu suis les stats de tes joueurs préférés ? Comment tu les suis *(site, plateforme, éventuellement avoir des feedbacks à ce sujet) ?*
- **Q8** : En général, tu as l'habitude de suivre tes performances sportives ? *(Nous cherchons à savoir s'ils utilisent des trackers de données.)* Est-ce que tu as tendance à partager tes performances ?
- **Q9** : Est-ce que tu as regardé régulièrement ton classement dans la Fantasy League ? *(Nous cherchons à savoir l'impact du suivi des performances sur les joueurs.)*
- **Q10** : Est-ce que tu connaissais d'autres participants ? Est-ce que cela t'a gêné ou incité à jouer ? Quel était ton ressenti à ce sujet ? *(Nous cherchons à savoir si l'aspect communauté / social est un élément important pour les participants.)*
- **Q11** : Avez-vous d'autres remarques à nous communiquer, des choses que nous n'avons pas abordées pendant cet entretien ? *(Nous laissons les participants libres de nous faire part de leurs remarques sur n'importe quel sujet : retour sur le vivarium ou même sur l'entretien, etc.)*

Questionnaire entretiens qualitatifs participants extérieurs

- **Q1** : Présentation : qui es-tu ? Es-tu sportif ? Gamer ? Connaisseur de Fantasy League (F.L) ? Joueur de F.L ? Fan du sport ? *(On cherche à établir le profil du participant)*
- **Q2** : Pratiques-tu une activité sportive régulièrement ? Si oui, quel sport et à quelle fréquence ? *(On cherche à établir le profil du participant)*
- **Q3** : Qu'est-ce qui t'intéresse dans la pratique de ton sport (si tu en fais) ? Est-ce la condition physique, la compétition, la progression, l'amusement, ou autre ? *(On cherche ici à comprendre quelles sont ses sources de motivations à la pratique sportive)*
- **Q4** : Es-tu fan ou suis-tu de près l'actualité d'un club ou d'un sport ? Si oui, à quel niveau et avec quelle fréquence ? *(On cherche ici quel est le rapport du participant à l'actualité sportive)*
- **Q5** : Connais-tu la Fantasy League ? As-tu déjà joué ? Si non, quels sont les freins à ta participation ? Si oui, quelles sont tes impressions et ressentis ? *(On cherche à identifier les potentiels freins que peut rencontrer le participant à jouer à un jeu de FL)*
- **Q6** : As-tu déjà pratiqué des paris sportifs ? *(On cherche à savoir si il existe une corrélation entre la pratique de paris sportifs et nos utilisateurs)*
- **Q7** : En général, as-tu l'habitude de suivre tes performances sportives ? Si oui, à l'aide de quel appareil et quelles données regardes-tu ? (Nous cherchons à savoir s'ils utilisent des trackers de données) Es-tu enclin à partager tes performances avec d'autres ? *(On cherche à savoir s'ils utilisent des trackers de données/ont l'habitude de suivre leurs datas et pourquoi)*
- **Q8** : Serait-ce que tu serais prêt à porter un capteur pendant tes séances pour traquer plus précisément tes performances sportives ? *(On cherche à savoir l'intérêt autour de l'usage d'un capteur --> challenger l'intérêt autour du concept du commanditaire)*

Tri des résultats des entretiens

SPORT DANS FL

BIAISE LES RÉSULTATS

- FL pour les experts, le sport tue cet esprit - ca "cheat"
- Sport pas dingue. Pas juste
- A mieux pondérer. Ne dois pas trop rajouter de points car lue l'essence de la fantasy league qui est normalement basé sur la connaissance du sport
- Principe du sport mais ne centre pas dans l'esprit de la TTFL, biaise les résultats
- Il faut que le cœur soit la fantasy league et pas une app de fitness
- sport cool, mais doit pas prendre le dessus
- sport prenait une trop grosse part dans le jeu qui doit normalement être basé sur des résultats réels de basket

PERSONAE PLUS EXPERT DU SPORT, DE LA F.L. → LE PRINCIPE DE LA F.L. DOIT RESTER PREMIER SUR LE JEU AU GLOBAL, SPORT DOIT PAS PRENDRE TROP DE PLACE

RÉCOMPENSES

REWARD PAS IMPORTANT

- Joue pour le social, le fun avec ses potes
- récompense : pas de motiv en plus, voulait surtout jouer
- Moins d'importance aux rewards (ne joué pas pour ça)
- récompense : pas de motivation supplémentaire
- récompense : sans plus - gagner la compétition était une motivation suffisante
- récompense : sans plus, oui aurait aimé avoir la carte kdo, mais même sans aurait voulu gagné pour la compé
- récompense : pas d'impact, pas de motivation supp car il y a une grosse part d'hasard donc peut pas changer grand chose

PAIN POINTS

FACTEUR TEMPS

- LE TEMPS : pas temps de picks car demande du temps, de tout suivre etc → oui pour pick un joueur par jour, mais pas 5
- passé du temps à pick ses joueurs → bien d'avoir calendrier des matchs sous la main
- passé du temps à pick ses joueurs → bien d'avoir calendrier des matchs sous la main

FACTEUR PLATEFORME

- Need une plateforme pratique
- Pain points :
 - bcp de pub sur ses apps
 - module payant / abusement / voit pas intérêt.
- Interface compliquée
- besoin d'aspect pratique de la plateforme ou faire ses picks

démotivé une fois qu'il a vu qu'il était trop loin dans classement

MOTIVATION

ASPECT COMPETITION

- sport compét, "passer" "chercher ses picks"
- aspect compétition important (jeu avec ses potes)
- Aspect compétition + sociale sont les plus importants (récompenses moines)
- aspect compétition
- Motivation : compétition avec ses potes
- objectif classement (même bcp (jeu compé))
- match : compé entre amis, tester ses connaissances

ASPECT SPORT, CONN...

- façon de savoir encore plus ses équipes / faire venir / gérer de ses arts
- FL = façon de le connaître, montrer la connaissance
- Se renseigne pas mal sur l'actualité FOOT
- cost de mesurer les connaissances (voulait gagner car ego → à me spécialiser donc veut gagner)
- pouvoir se comparer
- pourquoi joue ? être au courant de ce qui se passe dans le milieu.

ASPECT SOCIAL

- plus fun avec des potes
- Aspect social important (jeu avec ses potes)
- Joue avec ses potes / aspect social important
- challenge entre copain / ce qui l'amuse
- motif : passer un bon moment entre potes (pas d'intérêt de le faire avec potes)
- sport compé, passer "chercher ses picks"
- intérêt par côté communautaire et challenge avec ses potes
- cool quand tu fais avec tes potes → "tu peux challenger tes potes quand on fait "moyens picks" → avait carré à part et parler de leurs résultats (sport compé)

- Joue juste pour rigoler
- un aspect pas intéressé / reward mais pas motivé

STATISTIQUES

CHECK STAT, PAS CAPTEUR

- CHECK ses stats MAG pas intéressé par capteur (pas utile à son niveau)
- check pas ses stats qu sports s'y protège pas (sport-cool capteur : pour pratique smother, pas possible)
- Forow à fond ses stats pense quand fait du sport
- plaisir de se renseigner sur les stats

CHECK STAT, CAPTEUR IN...

- check stats mais pas capteur : ou intéressant
- stats : pour gros effort ou, sinon non
- capteur : ok pr sport co, pourrait l'intéresser.

CHECK PAS STAT

- stats : check pas trop, jeu pas sur la part mais plutôt sur le match/match
- capteur : pour améliorer ou, sinon autre pour autre pas intéressé
- pas trop sur les stats "il n'y a pas que ça qui définit un bon joueur"
- pour le perso: utilise pas de stats pour suivre
- check pas ses stats, le sport est avant tout autre pour se dépasser
- check de ses stats
- Un capteur ne veut pas être profane, en fait ça pas bonnet

ASPECT SPORTIF

POUR LE BONUS

- sport cool car pas trop de connaissance en basket donc permet d'être point supp
- Sport : à changé ses habitudes → c'est doter à aller faire du sport 1/2 fois. MAIS faut que soit équilibré avec gens qui font bcp plus de sports, sinon démotivants de voir qu'ils font tous les jours et ont max de points d'avance → faut que soit adapté aux gens
- sport : ok, mais avoir des éléments de tracking équilibré
- à fait du sport tous les jours juste pour les bonus, "m'a donné la motivation de sortir et de faire du sport" → avoir des défis aide à avoir une motiv en plus pour faire du sport. Sur du long terme ou serait accablé sa pratique sportive

- sport : dynamique des bonus est cool - faisait du sport pour bonus (mais aurait pas gardé la même cadence toute l'année)
- sport : oui plus value, mais n'a pas modifié ses habitudes car faisait déjà du sport.
- Si non, oui il aurait fait du sport juste pour le bonus OUE si il était entrain de gagner, mais si on porte alors non, tant pis
- sport : cool, à permis de gagner des points. Mais attention de pas tout valiser à la même échelle, faire en fonction de la quantité.
- sport : l'intérêt! trouve pas ça injuste "SANS GRAND EFFORT CA SERAIT UN SUPER AVANTAGE DANS SES LEAGUES"

CONTRE LE BONUS

- fais du sport pour lui, pas trop dans l'optique de gagner points
- récompense : pas pour ça
- sport cool pour augmenter son classement MAIS pas source de motivation pour faire du sport en +
- fais pas de sport pour le bonus, juste pour lui. N'aurait même pas de preuve de son sport perso (joué)
- sport : ne le motivera pas pour bonus "mais si c'est un truc plus ludique, peut être oui"

HORS CATÉGORIES

FACTEUR PLATEFORME

- L'effet "addictif" est lié aussi à la complexité des règles : élaboration de stratégie
- sur F.L., passe du temps à regarder bien les stats pour faire les bons picks
- connaissais personne, ne fa pas dérangé (au contra, bienveillance, passion de la discipline)
- mettait un rappel chaque jour pour ne pas oublier de jouer

- "plus c'est complexe, plus c'est addictif" → en parlant des règles de la F.L.
- Aspect communautaire : s'en fout
- paris sportif : Jen ai fait avant mais j'en fais plus du tout. Ca t'voigne de ta passion. C'est du tps pour rien. Prends trop de temps. Ça te perversit pour rien. La FL ne compense pas l'envie de parler. La FL procure un autre plaisir que j'ai pas dans le pari.

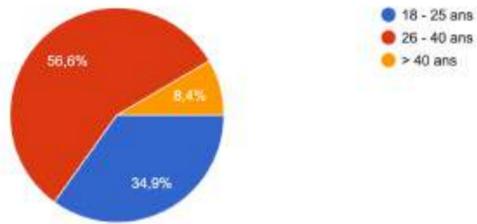
- important pour Antoine de simplifier son message ! Au courant de l'actualité du sport mais moins de la F.L. → doit être compréhensible facilement
- Ma pas investit trop de temps, donc pas eu de flamma
- Le test → fa remis plus dans le basket, grave cool pour ça

ANNEXE 4

Recherche quantitative

Résultats bruts questionnaire quantitatif

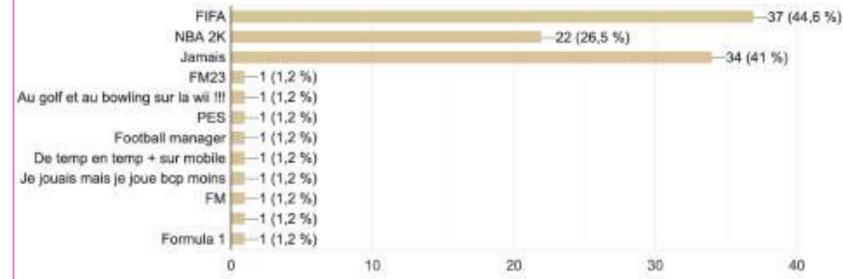
Quel âge avez-vous ?
83 réponses



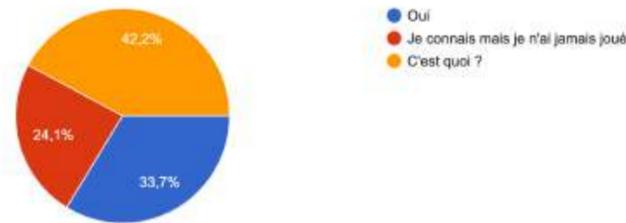
Quel type de fan êtes-vous ?
83 réponses



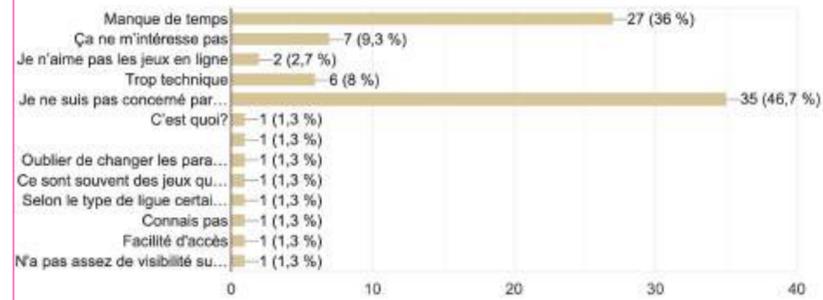
Jouez-vous à des jeux vidéos de sport ?
83 réponses



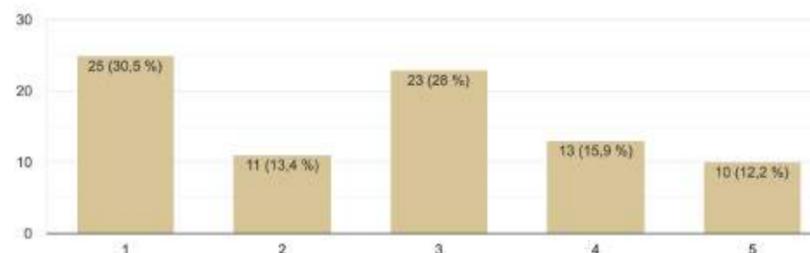
Avez-vous déjà joué dans une fantasy league ?
83 réponses



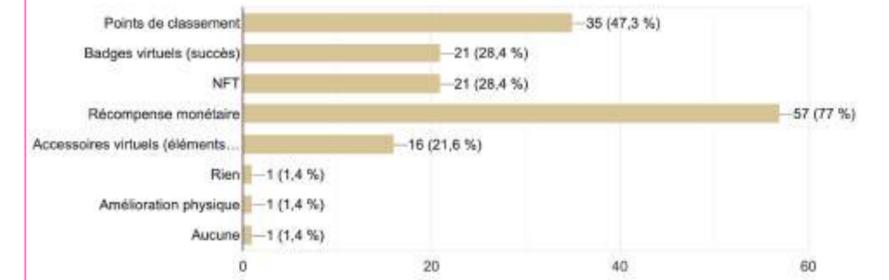
Quelles difficultés avez-vous déjà rencontré/vous ont freiné à jouer à une fantasy league ?
75 réponses



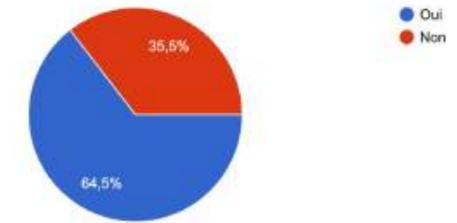
Seriez-vous intéressé(e) à participer à des challenges sportifs simples pour augmenter votre score dans un jeu virtuel ?
82 réponses



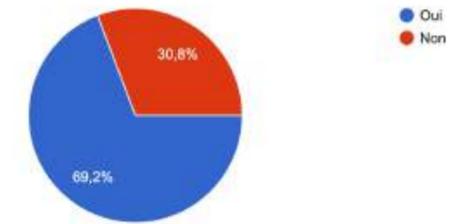
Quelles récompenses vous motiveraient à participer activement à des défis sportifs ?
74 réponses



Avez-vous déjà utilisé des applications qui collectent vos données physiques à l'aide d'un capteur d'activité ?
31 réponses



Si vous utilisez des applications mobiles pour mesurer vos performances sportives, êtes-vous satisfait des métriques apportées ?
26 réponses



Seriez-vous prêt à passer à une offre premium vous permettant d'utiliser un capteur valorisant vos différents types d'activités (dribbles, tir de panie...es points supplémentaires dans une fantasy league ?
76 réponses



ANNEXE 5

Parcours concurrents



Mon petit gazon

ASPECT FANTASY LEAGUE

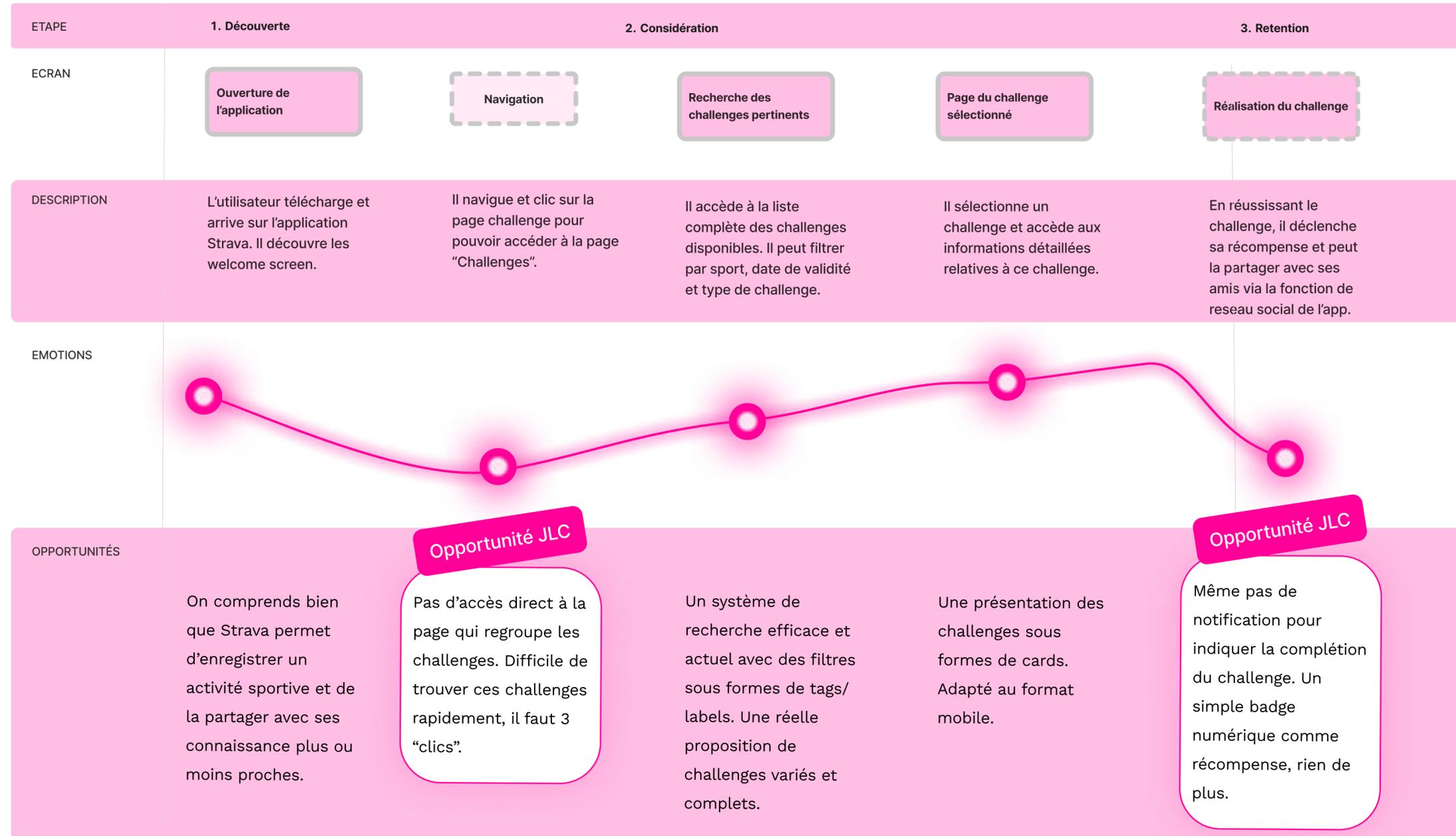
Scénario : Je souhaite m'inscrire et créer ma league pour jouer avec mes amis

ETAPE	1. Découverte		2. Considération		3. Retention		
ECRAN	Ouverture de l'application	Inscription / Créer son profil	Créer sa league	Navigation	Choisis ses joueurs	Navigation	Dashboard
DESCRIPTION	L'utilisateur télécharge et arrive sur l'application de mon petit gazon (MPG). Il découvre les welcome screen qui lui explique le concept du jeu.		Après son inscription, il arrive sur la page d'accueil et découvre la fonctionnalité pour créer une league afin de jouer avec ses amis.		Il choisit sa sélection de joueur.		Il regarde ses statistiques pour voir où il en est dans le jeu.
EMOTIONS							
OPPORTUNITÉS	Un processus d'onboarding simple et rapide, avec une compréhension macro du concept de MPG.	Opportunité JLC Un profil utilisateur, pas un profil de joueur. Manque de personnalisation pour aider à l'adoption du jeu et engager l'utilisateur	Des fonctionnalités mise en avant dès l'arrivée sur l'application, et facile d'utilisation (affordance)	Une navigation fluide, avec un accès aux différentes sections.	Des règles de sélection de joueurs compréhensibles, avec une action rapide pour jouer et la possibilité de personnaliser l'expérience en fonction de la maturité de l'utilisateur.	Un accès au compte qui peut être optimisé, plusieurs clics sont nécessaires pour arriver sur la page voulue.	Opportunité JLC Manque d'un système pour évoluer dans l'application et permettre la rétention des utilisateurs.

Strava

ASPECT DÉFIS SPORTIFS

Scénario : Je souhaite participer à un challenge sportif



SORARE

ASPECT NFT

Scénario : Je souhaite jouer à de la fantasy league pour gagner des NFT

ETAPE	1. Découverte		2. Considération		3. Retention	
ECRAN	Ouverture de l'application	Navigation	Page NFT market	Infos carte NFT	Achat carte NFT	Jeu de Fantasy league
DESCRIPTION	L'utilisateur télécharge et arrive sur l'application Sorare. Il découvre les welcome screen.		Il accède à une liste fourni des NFTs disponibles. Il peut filtrer par équipe, joueurs...		En cliquant sur le CTA d'achat il achète la carte précédemment sélectionnée.	
EMOTIONS						
OPPORTUNITÉS	Une explication succincte des règle du jeu et difficilement accessible.	Navigation claire, fluide et facile dans l'application.	Page sympa et claire. Un filtre de recherche simple et efficace. Un affichage par carte qui améliore le visuel global.	Aspect général de la carte trop simple. Un CTA "Buy Now" aggressive avec un prix en euros un peu trop brut.	Opportunité JLC Obligation de se connecter à son portefeuille crypto. Et ne concerne que les gens détenteur de crypto monnaie. Cela écarte bcp de gens. Complicé et gros risque d'abandon dans le funnel d'achat.	Un jeu de fantasy league classique. Assez clair et simple d'accès pour des joueurs qui connaissent déjà la fantasy league.

ANNEXE 6

Nos personae

Personae 1

28ans



Paris

**Arthur
L'AMATEUR**

Non sportif ————— ● ————— Sportif
 Pas fan ————— ● ————— Fan
 Pas expert ————— ● ————— Expert
 Pas gamer ————— ● ————— Gamer

J'aime faire du sport, je connais peu la fantasy league car je ne suis pas expert dans mon sport, mais j'aime suivre l'actualité & jouer avec mes amis.

Motivations

L'aspect competition, pouvoir se comparer à ses amis

Le côté social, challenge

Aime bien se challenger avec ses amis

Aime bien regarder ses stats sportives ???

Pain points

Plateformes sont compliqués, dure de comprendre les infos/stats

Fantasy league pas accessible quand on est fan intermédiaire

Démotivé par un mauvais classement

Je ne suis pas expert en basket, je n'ai pas le temps de m'informer sur tous les clubs / joueurs

Opportunités

Une app ludique, simple d'utilisation

Une motivation autre que le classement

le sport permet d'avoir des points supplémentaire, en dehors de la F.L.

Personae 2

35 ans



Marseille

**Claude
L'EXPERT**

Non sportif ————— ● ————— Sportif
 Pas fan ————— ● ————— Fan
 Pas expert ————— ● ————— Expert
 Pas gamer ————— ● ————— Gamer

Je suis fan de basket, j'aime surtout pouvoir challenger mes connaissances du jeu avec d'autres joueurs de Fantasy League. Niveau statistiques, personne peux me défier !

Motivations

L'aspect competition, pouvoir être le meilleur dans les leagues public comme privées.

Rester à jour de l'actualité sportive, d'une manière fun

Tester & mesurer ses connaissances avec la communauté sportives

L'aspect gamifié

Pain points

Je n'ai pas beaucoup de temps, je veux vite pouvoir faire mes choix de joueurs sur l'application.

Les pubs sur les applications me dérangent, je veux accéder plus vite aux informations qui m'intéresse

Pouvoir augmenter son classement de fantasy league en faisant du sport, c'est triché - ce n'est pas ça la fantasy league.

J'oublie souvent la date limite pour faire ses choix de joueurs.

Opportunités

Des accès rapide dans l'application

Des leagues par niveaux pour le challenggr

Les points des challenges sportifs à exclure de la fantasy league pour éviter une frustration

Des notifications pour rappeler à l'utilisateur de jouer.

ANNEXE 7

Parcours personae



Arthur L'AMATEUR

ETAPE	1. Découverte				2. Engagement					3. Rétention			
ECRAN	App	Ecran 1 - Welcome screen	Création de compte	Set-up compte	Ecran d'accueil	Navigation	Page League	Volet création de league	Page league privé	Volet ajout joueurs	Navigation	Challenge	Page d'un challenge
DESCRIPTION	Arthur entend parler de l'application de Joue-La-Comme via ses amis du basket.	En ouvrant l'application, Arthur découvre les welcome screens	Arthur est convaincu par Phyfa, et décide de se créer un compte pour tester ce jeu. Il doit également set-up son compte et reçoit ses premiers jetons de bienvenus.	Une fois inscrit, les écrans pour set-up le compte d'Arthur apparaissent.	Arthur arrive sur l'écran d'accueil, et découvre le tutoriel pour comprendre comment fonctionne l'application.	Arthur passe par le menu pour aller vers la section défis sportif.	Arthur va sur la page "league"	Arthur sélectionne un défis sportif pour le réaliser.	Arthur va sur la page de sa league privé qu'il vient de créer	Arthur veut sélectionner un joueur pour jouer dans sa league privé	Arthur passe par le menu pour accéder à la page challenge	Il accède à la section des défis sportifs où il trouve la liste des challenges hebdomadaires disponibles.	Arthur va sur la page des défis sportives pour avoir des informations dessus et sur les meilleurs temps réaliser des autres gamers.
ENJEUX JLC	Donner envie de télécharger l'application	Faire comprendre le principe de l'application / concept de cette fantasy league pour donner envie à l'utilisateur à s'inscrire.	Pousser les utilisateurs à réaliser et finir le processus d'inscription.	Aider les utilisateurs à prendre en main l'application.	Présenter de manière claire les fonctionnalités clés de l'application pour encourager l'utilisation régulière et fluidifier la navigation de l'utilisateur.		Une page claire et structurée en mettant en avant les fonctionnalités utiles	Un processus de création de league simple et rapide, avec des éléments personnalisable pour engager les utilisateurs.	Une page claire et structurée, avec des accès rapide	Un accès simplifié sous forme de volet aux joueurs pour permettre à l'utilisateur de rester sur la même page		Des challenges réguliers pour maintenir la surprise et une participation quotidienne	Fournir des récompenses attractives pour encourager une participation active aux défis sportifs
ENJEUX UTILISATEUR	Une application pour jouer avec ses amis, se divertir tout en faisant une activité sportive	Comprendre rapidement le principe de cette fantasy league et les possibilités / features incluses.	Créer son compte rapidement pour vite aller sur l'application,	Mettre en place son profil dans l'application et comprendre les principales fonctionnalités.	Comprendre comment naviguer et utiliser les fonctionnalités de l'application. Comprendre comment gagner des jetons & jouer.		Trouver où il peut créer une league avec ses amis	Créer sa league rapidement et la personnaliser	Jouer dans sa league privée et sélectionner ses joueurs	Trouver le joueur qu'il a en tête facilement pour l'ajouter		Choisir son challenge en fonction de sa disponibilité et compétences, et avoir des challenges différents régulièrement	Participer activement aux défis sportifs pour gagner des jetons.
Opportunités	Phrase d'accroche sur l'application Beau visuel Explication précise et facilement compréhensible	Créer des écrans accrocheur pour garantir une expérience utilisateur positive dès le départ.	Proposer un processus d'inscription simple et rapide. Offrir des récompenses initiales pour renforcer l'attachement à l'app et susciter l'intérêt pour la suite du parcours.	Un set-up en quelques étapes, avec de la personnalisation pour que l'utilisateur puisse s'approprier l'application dès le début de son parcours.	Créer un tuto pour aider l'utilisateur à tirer le meilleur parti de l'application sans se sentir perdu. Mettre en avant les fonctionnalités clés (boutique, avatar, jeu, défis sportifs).		Un accès rapide et visible à la création de league	Un volet pour créer sa league pour permettre à l'utilisateur de rester sur la même page Un processus en peu d'étape	Mettre en avant le temps restant pour faire ses choix de joueurs Un accès rapide à la sélection des joueurs Des composants pour suivre ses amis, les autres leagues pour stimuler la motivation		Offrir plusieurs challenges variés, et qui changent souvent pour maintenir l'intérêt	Encourager la participation pour gagner des points. Afficher le classement des meilleurs résultats pour inciter l'utilisateur à réaliser le challenge	



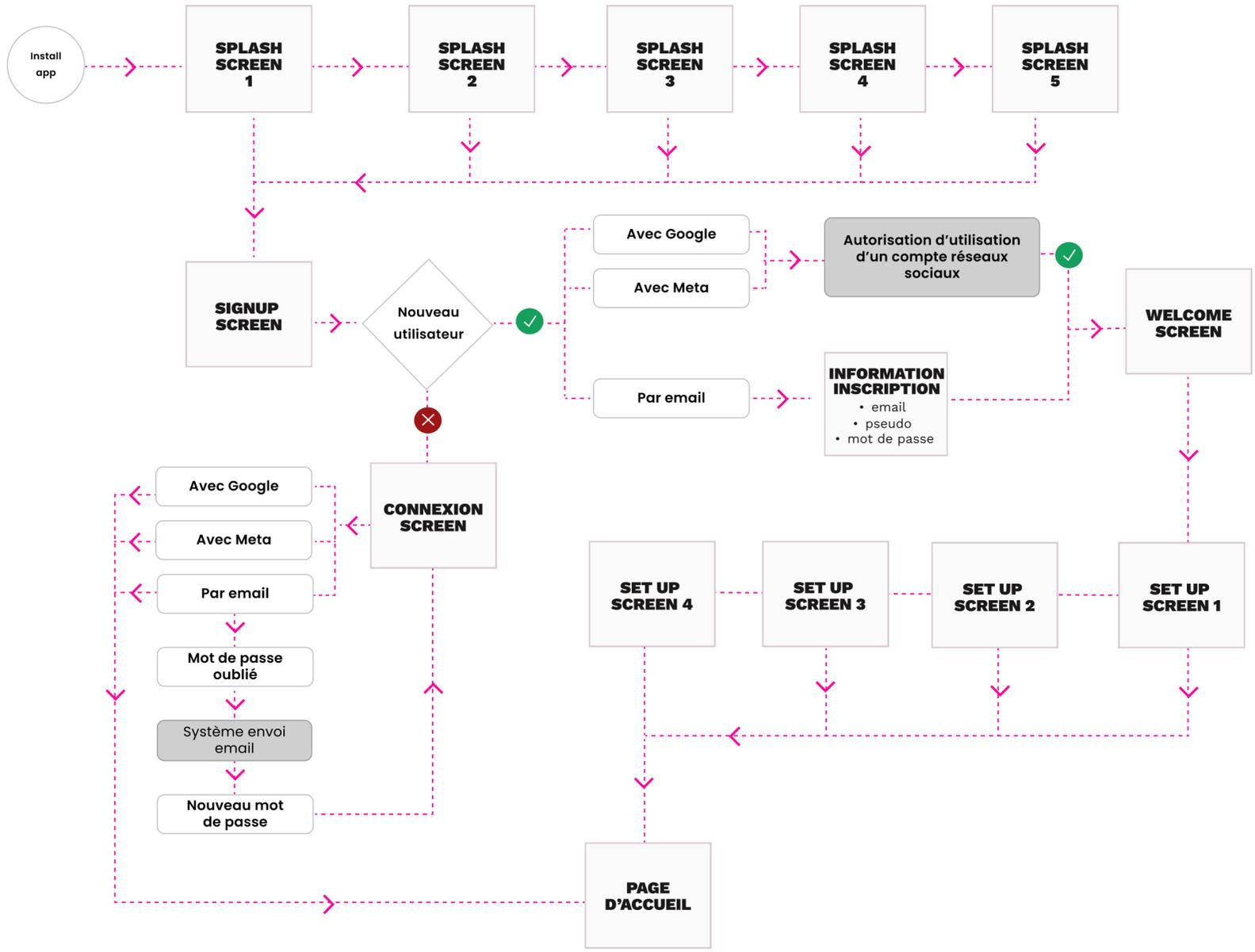
Claude L'EXPERT

ETAPE	1. Découverte		2. Engagement			3. Retention			
ECRAN	Connexion à l'app	Ecran d'accueil	Page classement	Navigation	Volet choix joueurs	Navigation	Page mon compte	Navigation	Page League
DESCRIPTION	Claude a déjà un compte, et doit se connecter pour accéder à l'application.	Claude arrive sur la page d'accueil	Claude clic sur les classements pour avoir une vue globale et voir où il est dans sa league.	Clic sur le bouton "accès rapide" pour pouvoir rapidement faire son choix de joueurs.	Clic sur l'entrée pour faire ses choix de joueurs, un onglet s'ouvre.	Clic sur son avatar pour accéder à son compte.	Très compétitif, il va sur son compte et regarde ses statistiques et ses classements.	En voyant ces points, il voit qu'il peut atteindre le niveau 2 et se dirige vers la page league pour rejoindre une league de niveau 2	Claude voit qu'il atteint le niveau 2, et peut rejoindre une league de niveau 2.
ENJEUX JLC	Offrir une connexion fluide et rapide	Une page d'accueil personnalisé faisant office de dashboard avec ses résultats pour stimuler les utilisateurs et les motiver	Ouvrir un classement complet des membres de la league, avec des éléments pour permettre une comparaison poussée.	Pouvoir répondre aux utilisateurs qui ont besoin de jouer vite, sans se perdre dans les pages.	Un processus simple pour choisir ses joueurs et l'intégrer dans une de ses leagues		Fournir des outils de suivi des performances rapides pour que l'utilisateur puisse surveiller ses progrès et ceux des autres		Débloquer des niveaux pour engager les utilisateurs et les pousser à jouer.
ENJEUX UTILISATEUR	Accéder rapidement à son compte et aux fonctionnalités principales sans perdre de temps.	Avoir accès à ses résultats de ses choix de joueurs, ainsi qu'à ses classements à jour de ces différentes leagues	Avoir accès aux résultats des autres joueurs et voir où il se situe.	N'a pas besoin d'informations sur les matchs ou joueurs, il sait ce qu'il veut et veut vite jouer	Sait quel joueur choisir, il veut pouvoir vite le trouver et l'ajouter dans une de ses leagues.		Pouvoir rapidement vérifier les performances de ses joueurs, ses perfs, ses leagues, son avatars etc		A envie de rejoindre une league de niveau 2 pour augmenter de niveau.
Opportunités	Proposer des options de connexion rapides, pour faciliter et accélérer le processus. (ex: option se connecter avec réseaux sociaux) / Application qui se souvient du pseudo et mot de passe.	un dashbaord avec un accès facile aux différentes informations en fonction du besoin utilisateur	Une page classement par league avec des filtres en fonction des statistiques qui intéresse l'utilisateur. Mise en avant des 3 premiers joueurs, avec les variations de points par jour.	Dans le menu, un accès rapide avec différentes entrées, pour permettre à l'utilisateur d'accéder à différentes options sans parcourir de pages entre.	Proposer une option de recherche pour l'utilisateur qui sait ses joueurs, et une sélection personnalisé pour celui qui a besoin d'idée. Un onglet en deux étapes pour choisir dans quelle league il souhaite mettre sa sélection.		Offrir des tableaux de bord clairs et concis pour un suivi rapide des performances individuelles et d'équipe.		A envie de rejoindre une league de niveau 2 pour augmenter de niveau et pouvoir se tester contre des utilisateurs plus fort.

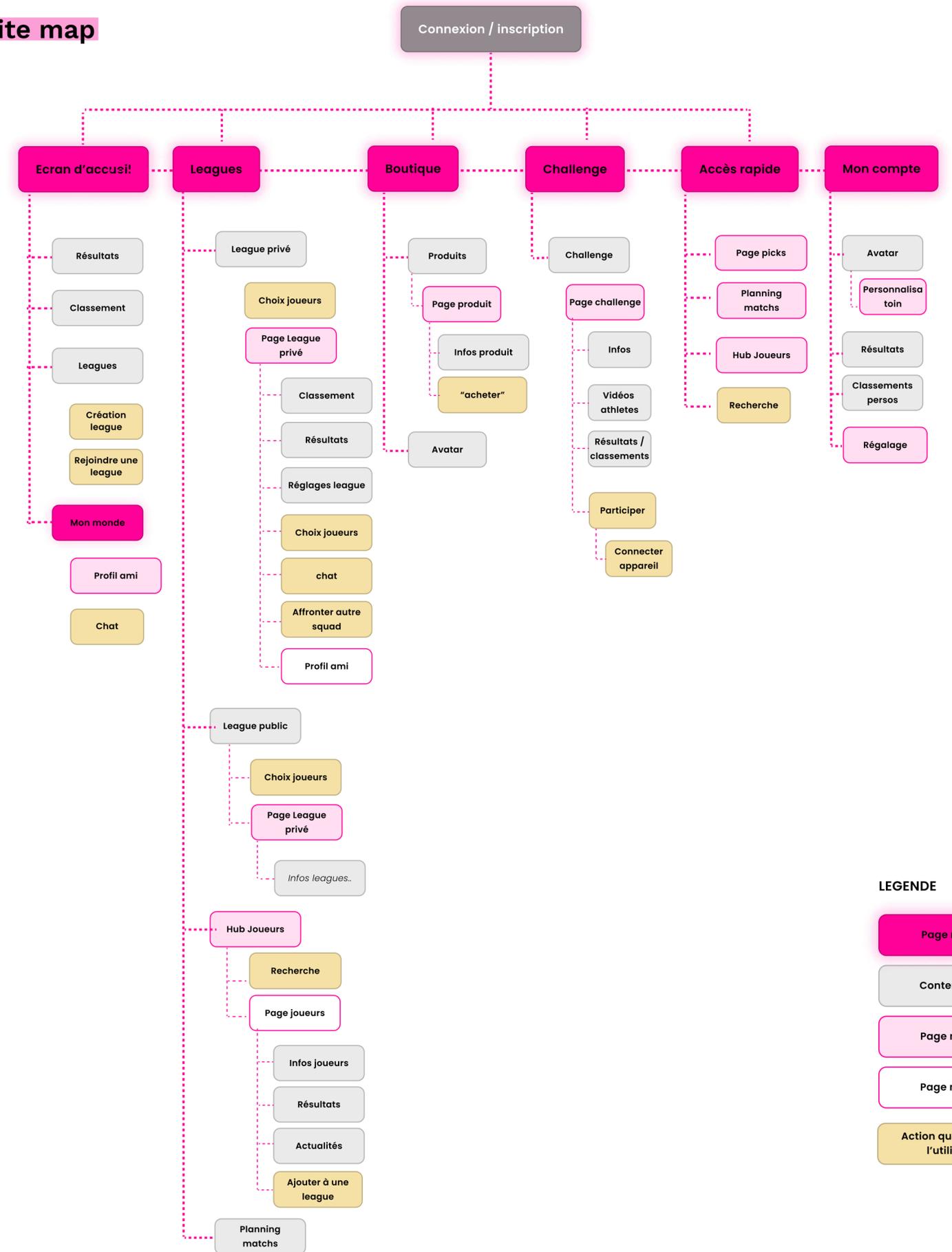
ANNEXE 8

Userflows & sitemap

Userflow Connexion + set-up



Site map



LEGENDE

- Page niveau 1
- Contenu page
- Page niveau 2
- Page niveau 3
- Action que peut faire l'utilisateur

ANNEXE 9

Audit UX

MON PETIT GAZON

STRAVA

SORARE

AUDIT UX

ANNEXE 9

MON PETIT GAZON

STRAVA

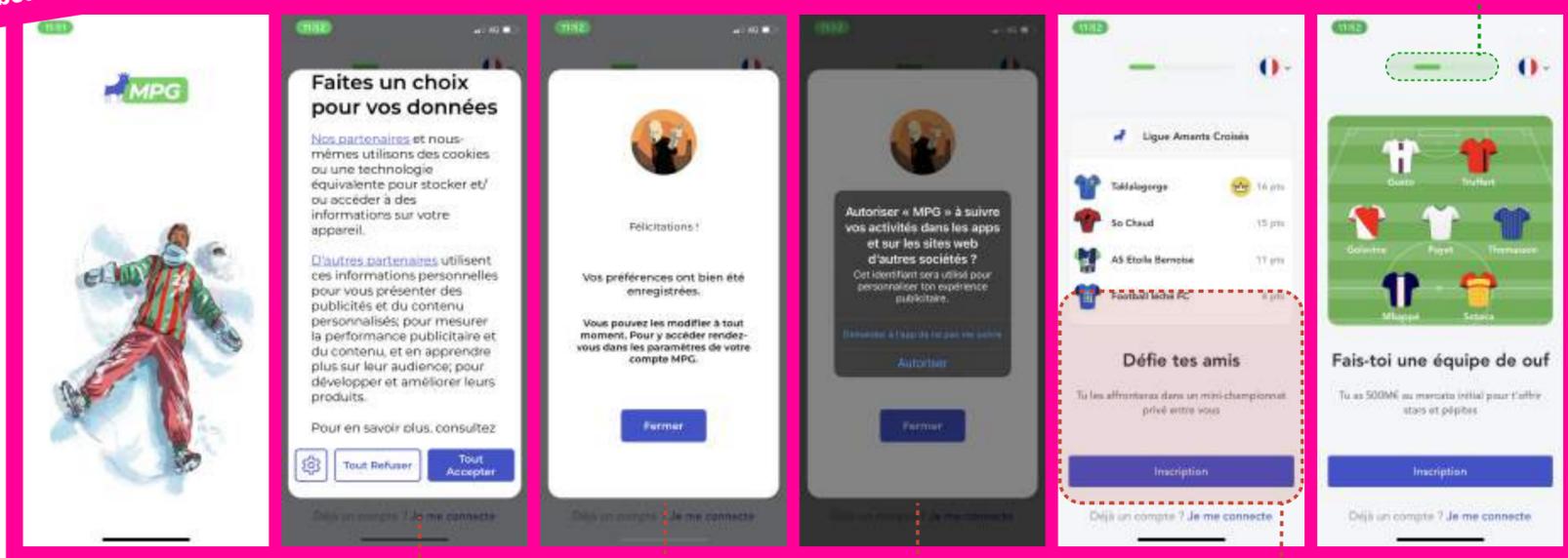
SORARE



**PARTIE
ONBOARDING**

Un onboarding avant l'inscription / la connexion pour aider la compréhension de l'application.
Évitez des pop-ins dès le début de parcours, qui peut freiner et frustrer l'utilisateur.

Onboarding

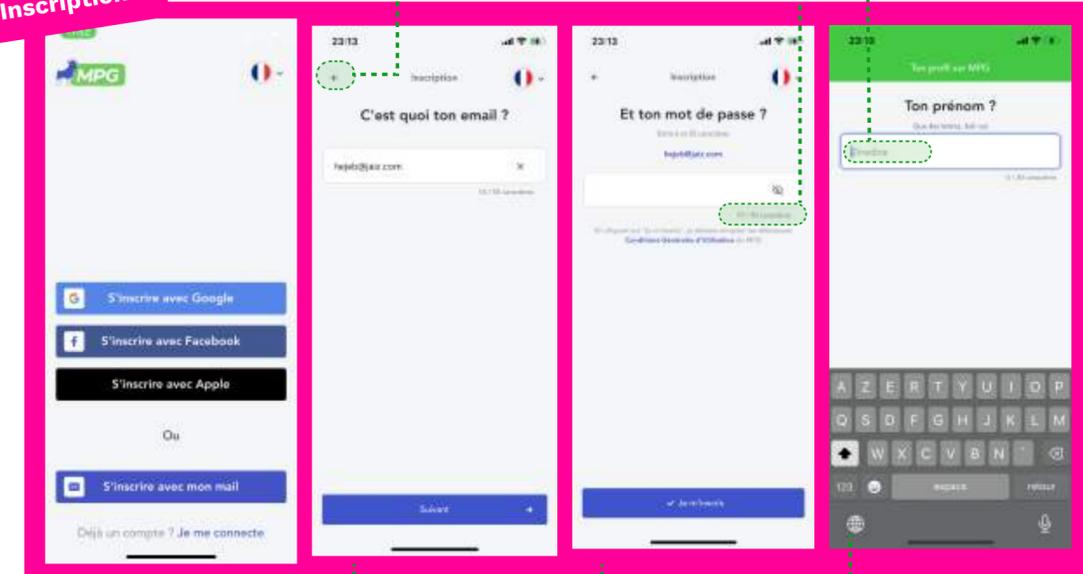


Barre de progression pour que l'utilisateur puisse se repérer

Des flèches pour permettre à l'utilisateur de revenir en arrière

Une bonne indication sur les champs pour guider l'utilisateur dans son inscription

Inscription



Un nombre élevé de pop-in dès le début du parcours, qui peut générer un sentiment de méfiance

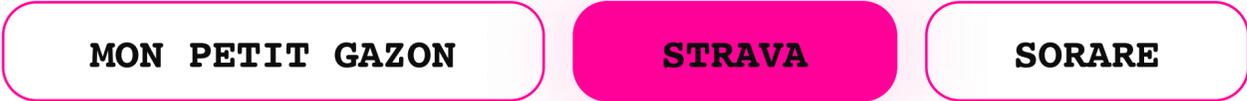
Pas de distinction entre les différentes actions de l'écran : suivre l'onboarding ou s'inscrire

Un processus d'onboarding rapide et simple, et 3 étapes

Pas de stepper pour indiquer le nombre d'étape à l'utilisateur

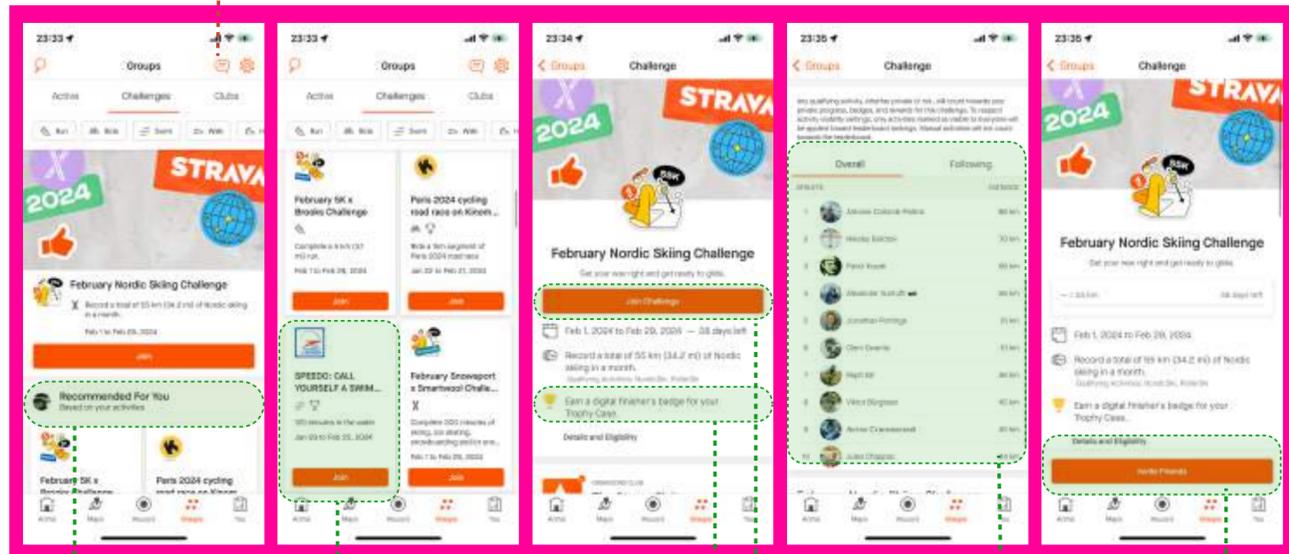
AUDIT UX

ANNEXE 9



**PARTIE
CHALLENGE**

Une page challenge pas accessible directement dans l'application, l'utilisateur peut se sentir perdu.



Personnalisation

Des cards challenges complètes, avec nom, type de sport, description, date, et CTA

Un CTA en haut de page pour favoriser le passage à l'action de l'utilisateur

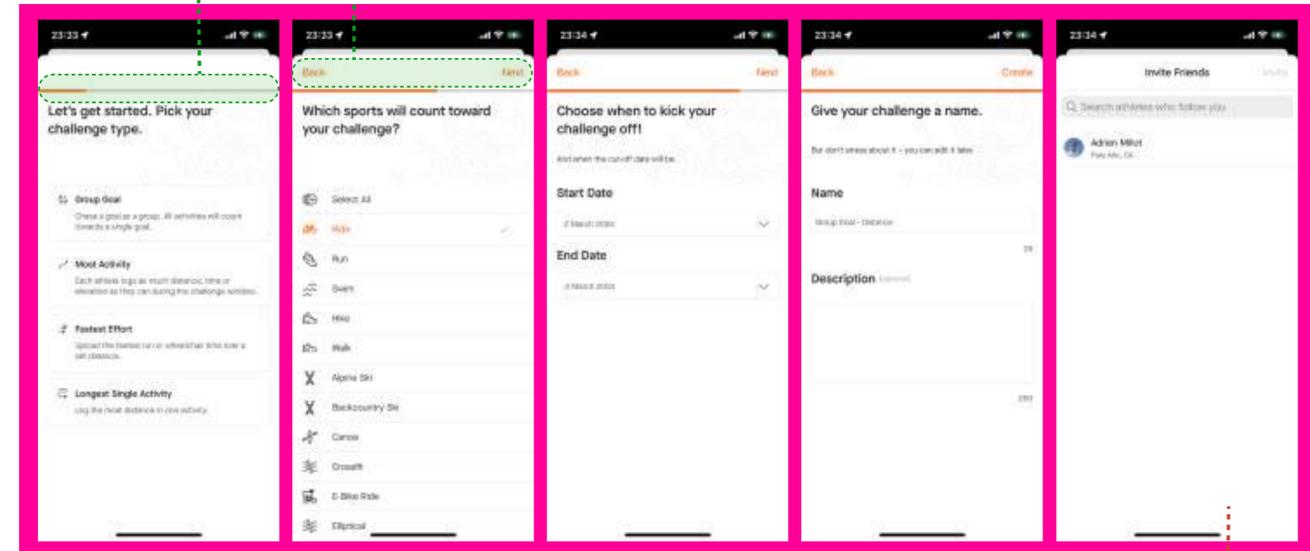
Des récompenses mises en avant

Une vue sur les temps des autres joueurs pour renforcer le sentiment de compétition et engager les utilisateurs

Possibilité d'inviter ses amis pour favoriser l'engagement via le social

Possibilité de passer une étape ou de revenir en arrière

Barre de progression pour que l'utilisateur puisse se repérer



Pas de possibilité de faire une recherche d'amie, hors de ceux déjà connectés dans l'application

AUDIT UX

ANNEXE 9

MON PETIT GAZON

STRAVA

SORARE

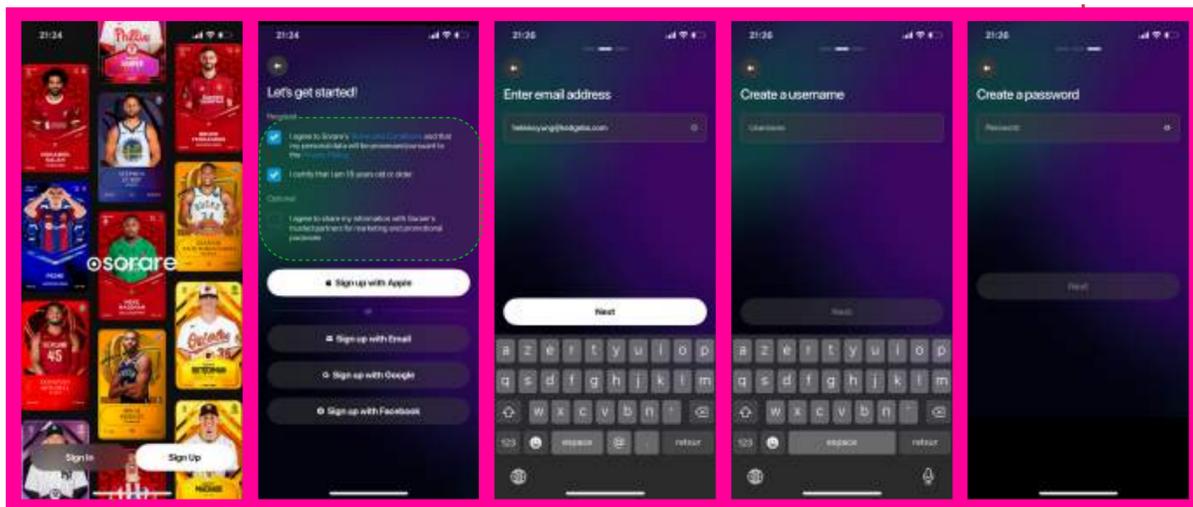


PARTIE
ONBOARDING

Remarques générales

Pas de Welcome screen, une entrée direct sur l'inscription / La connexion.
 Un processus d'inscription rapide, qui s'en suit avec un set-up en quelques étapes des principales fonctionnalités de l'app.

Manque d'indication pour remplir les champs



Pas de possibilité de skip le set-up pour l'utilisateur qui veut juste découvrir l'application



Pas de description du concept de l'application, l'utilisateur qui ne connaît pas forcément l'app n'est pas réassuré avant de s'inscrire

De la transparence sur la politique de l'app pour accroître la confiance

Potentielle friction, les utilisateurs peuvent se sentir submergés par la demandes d'accords. Cela peut amener à des abandons potentiels.

Personnalisation du compte et ciblage du type d'utilisateur

L'utilisateur peut s'approprié l'app dès le début de son parcours.

Sorare guide les utilisateurs dès leur premiers instants sur l'app, pour les aider à la prendre en main.

ANNEXE 10

Protocole de test

● Objectif de l'expérimentation

Dispositif

Le principe de cette expérimentation va être de tester plusieurs scénarios d'utilisation. Nous avons conçu ces objectifs en fonction des personae identifiées lors de la phase de recherche ainsi que les capacités de notre prototype.

Nous utiliserons notre prototype, développé sous Figma. Ce prototype permettra à l'utilisateur de découvrir :

- la phase d'inscription et de configuration du compte,
- la compréhension des règles du jeu,
- la création de league privée avec ses amis,
- l'ajout d'un joueur à sa league,
- le choix d'un challenge sportif

Objectifs

L'objectif principal de cette séance de test était de valider (ou non) l'adhésion des joueurs au concept du jeu. En effet, les jeux de Fantasy League peuvent être rapidement complexes et difficiles à appréhender. De plus, notre jeu comporte de nouvelles règles liées à des challenges sportifs proposés aux joueurs. Ces points spécifiques n'ont pas de lien direct avec la Fantasy League dite "classique". C'était donc d'autant plus important de vérifier la bonne compréhension par les joueurs des principes du jeu.

L'objectif secondaire est de valider plusieurs scénarios d'utilisations réalisables en parcourant le jeu. Ceci afin de s'assurer que les joueurs maîtrisent rapidement la navigation et l'accès aux informations utiles pour jouer dans de bonnes conditions, afin de s'assurer un taux de rétention élevé.

Problématiques

- **Compréhension** : Il est impératif que les joueurs comprennent les règles du jeu. Pour le personae qui n'est pas familier des jeux de Fantasy League (FL) mais qui suit le sport, il y aura un vrai challenge à lui faire comprendre rapidement et sans "friction" les règles du jeu. Pour le personae qui est familier des jeux de FL, le challenge réside plutôt dans la compréhension des règles liées aux défis sportifs.
- **Intérêt** : Il sera primordial de susciter l'intérêt des joueurs dès la phase d'onboarding. Sans les noyer sous des règles trop complexes. Il faudra synthétiser et sélectionner les infos à présenter aux joueurs dans cette phase d'onboarding.
- **Logique du début du parcours** : L'importance sera donnée à la clarté des informations et à leur ordre. Du plus global et simple au plus précis et complexe. Cela sera un vrai challenge car le jeu peut comporter quelques règles qui pourraient être déroutantes ou complexes à comprendre au début.

Participants

- Cinq joueurs potentiels
- Idéalement correspondant à nos deux persona principaux.

- NB : S'assurer que les deux persona correspondent à un groupe homogène de participants au regard du scénario

Hypothèses

- Malgré la simplification, il se peut que certains participants ne voient pas clairement le concept
- La présentation séduisante du jeu attire très directement les joueurs. L'interface devra être attrayante.
- Les participants ayant bien compris n'ont ensuite pas de difficultés pour le reste du parcours
- Les joueurs qui ne sont pas experts en FL doivent pouvoir comprendre les principes de base de l'application (constituer son équipe, consulter ses points et accéder à son résultat et son classement)
- Les joueurs experts en FL doivent pouvoir passer les étapes d'explication des règles classiques de FL et aller directement aux étapes nécessitant de choisir leur équipe. Ils doivent également avoir compris le principe des challenges sportifs.

● Passation du test

Mesures

- Lieu : labo d'ergodesign à Saint-Marcel (salle 407)
- Matériel : Smartphone
- Captation : Écran et son
- Appareils de mesure : Oculométrie
- Mesure particulière : Temps total pour le parcours et compréhension via une restitution des participants.

Méthodes d'observations

- Matrice difficultés/participants
- Nombre d'écrans visionnés,
- Questions posés / Remarques à voix hautes,
- Langage corporel

Modalités d'accompagnement

- Introduction claire au début du test et explication du déroulement
- Aide quand demandée
- Intervention si blocage

Indications

- Pas de temps limité précisé
- Verbalisation demandée

Mise en situation

- Rôle que joue le participant : Le participant joue le rôle d'un primo-utilisateur. Il va donc découvrir le produit.
- Le contexte du scénario : Il vient de télécharger l'application sur son smartphone et l'utilise pour la 1ère fois. Il souhaite jouer à une FL de basketball via cette application.
- Le participant arrive dans la salle
- On passe au questionnaire pré-test
- On lui explique le déroulé du test :
 - Voici la maquette de l'application « PHYFA »
 - Tu peux l'utiliser comme bon te semble !
- On lui donne un téléphone mobile avec le prototype des maquettes.
- On lui propose de commencer
- On passe au questionnaire post-test

Familiarisation

- Rien en particulier (l'hypothèse est prise que les participants ont un minimum de connaissance de la FL)

Consignes

- Consigne global / objectif : À toi de naviguer, de lire les écrans pour comprendre le principe et les règles du jeu et les possibilités qu'offrent ce jeu. On le laisse se débrouiller jusqu'à ce qu'il considère avoir fait le tour du produit (c'est l'objectif qui mettra fin au test)
- Pas de temps minimum et 10min max
- Le participant n'a pas de parcours à suivre, on le laisse découvrir lui-même depuis l'écran de début du test. Il peut jouer avec les commandes retours si besoin, on ne l'interrompt pas.

Entretien

- Questions ouvertes
 - Si besoin, questions pour la compréhension de certains moments particuliers
 - En quelques mots, comment décririez-vous le concept ?
 - Quels points positifs citerez-vous en premier ?
 - Quels points négatifs citerez-vous en premier ?
 - Quelles améliorations vous semblent intéressantes ?
 - Quelles évolutions imaginez-vous ?
 - Avons-nous fait le tour des remarques que vous pourriez avoir ?

● Questionnaire post-test

Compréhension générale	"Pouvez-vous expliquer brièvement le concept de cette application, y compris son objectif principal ?"
Processus d'inscription	"Comment avez-vous trouvé le processus d'inscription? Avez-vous rencontré des difficultés ou des points de confusion?"
Clarté des règles du jeu	"Avez-vous compris les règles du jeu, y compris la création d'une équipe Fantasy League, la participation aux défis sportifs, et comment gagner et dépenser des points? Si oui, pouvez-vous expliquer brièvement ces éléments?"
Expérience utilisateur	"Comment évalueriez-vous la convivialité de l'application? Les menus, les fonctionnalités et les informations sont-ils facilement accessibles et compréhensibles?"
Motivation et engagement	"Pensez-vous que cette application serait susceptible de vous motiver à rester engagé et à l'utiliser régulièrement? Y a-t-il des aspects de l'application qui pourraient être améliorés pour renforcer votre intérêt?"

● Observations menées pendant le test

Objectif 1 - Inscription / Setup / Onboarding	Est-ce que la navigation était fluide ? Oui/Non ? Pourquoi ? est-ce que t'as compris le principe ?
	QUESTION onboarding rapide HP --> si tu cherches les règles générales du jeu, tu irais où ?
Objectif 2 - Crée une league privée	Est-ce que la navigation était fluide ? Oui/Non ? Pourquoi ? question sur l'onboarding : utile ? pourquoi ?
Objectif 3 - Renseigne toi sur un joueur et ajoute le à ta league	Est-ce que la navigation était fluide ? Oui/Non ? Pourquoi ?
Objectif 4 - tu veux gagner des points et décide d'aller voir un challenge pour t'inscrire.	Est-ce que la navigation était fluide ? Oui/Non ? Pourquoi ?
Objectif 5 - Aller voir son avatar	Tu le trouves caché ? Assez présent ?

● Questionnaire pré-test (questions)

Comment décririez-vous votre pratique sportive ?

Sédentaire (1) : Je mène un mode de vie sédentaire sans engagement régulier dans des activités physiques ou sportives.

Occasionnel (2) : Je participe à des activités sportives de manière occasionnelle, mais cela ne fait pas partie intégrante de ma routine quotidienne.

Régulier (3) : Je m'engage régulièrement dans des activités sportives, que ce soit par le biais d'un sport spécifique, d'exercices réguliers ou d'activités physiques programmées.

Actif (4) : Je suis activement impliqué dans des activités sportives, faisant de l'exercice de manière fréquente et maintenir une bonne condition physique.

Athlétique (5) : Je maintiens un niveau élevé d'activité physique, peut-être en participant à des compétitions sportives, en suivant un programme d'entraînement intensif ou en pratiquant un sport de manière professionnelle.

Comment décririez-vous votre niveau de pratique de FL ?

Novice (1) : Je suis totalement novice en Fantasy League. Je ne suis pas familier avec les règles, les joueurs ou les stratégies.

Débutant (2) : J'ai une compréhension de base de la Fantasy League, mais je n'ai pas beaucoup d'expérience. Je peux encore avoir du mal à choisir une équipe compétitive.

Intermédiaire (3) : J'ai une bonne compréhension des règles et des stratégies de la Fantasy League. Je peux créer une équipe compétitive, mais je cherche encore à améliorer mes compétences.

Avancé (4) : Je suis expérimenté en Fantasy League et j'ai une bonne connaissance des joueurs, des statistiques et des stratégies. Je suis capable de prendre des décisions éclairées pour optimiser ma performance.

Expert (5) : Je suis un expert en Fantasy League. J'ai une connaissance approfondie des joueurs, des tendances et des tactiques avancées. Je suis compétitif à un niveau élevé et je suis souvent en mesure de remporter des ligues.

Comment décririez-vous votre connaissance du basketball ?

Novice (1) : Je ne connais pas bien les règles du basketball et j'ai une compréhension limitée des aspects techniques du jeu.

Débutant (2) : J'ai une compréhension de base des règles du basketball, mais je ne suis pas très familier avec les stratégies de jeu et les détails techniques.

Intermédiaire (3) : J'ai une connaissance solide des règles du basketball, des positions des joueurs et des stratégies de base. Je peux suivre un match et comprendre les actions courantes.

Avancé (4) : Je possède une connaissance approfondie du basketball, y compris les tactiques avancées, les statistiques des joueurs et les tendances actuelles dans le monde du basketball.

Expert (5) : Je suis un expert en basketball. J'ai une compréhension exceptionnelle des nuances du jeu, des joueurs et des équipes. Je peux analyser les matchs de manière approfondie et discuter de stratégies avancées.

● Organisation en amont

Processus

- 30 minutes par participant
- Adrien : Orga participants
- Louis : Pré/Post questionnaire
- Helena : Drive le test - Intro Proto / Objectifs
- Manon/Marie : Matrice observations
 - Accueil et information sur le processus de test (2 min)
 - Manipulations techniques (3 min)
 - Questionnaire prétest (5 min)
 - Mise en situation et consignes (5 min)
 - Manipulations (5 min)
 - Questionnaire posttest (5 min)
 - Entretien (5 min)

Calendrier

- Passation : 9 Janvier matin 2023
 - 9 h 30 : Installation
 - 9 h 45 : David André : dandre49@icloud.com
 - 10 h 15 : Jean-Baptiste Caire : jbcaille88@gmail.com
 - 10 h 45 : Fiona Béraud : fiona.beraud@navercorp.com
 - 11 h 15 : Théophile Karila : theophile@orus-energy.com
 - 11 h 45 : Jonathan Ja : 2ja@albatros.team
- Séance d'analyse des résultats : 10 Janvier après-midi 2023
- Restitution : 16 Janvier 2023

Liste des participants

Nom	Prénom	Mail
Le Cossec	Chloé	chloe.l@stationf.co
Caire	Jean-baptiste	jbcaire88@gmail.com
Rigot	Anais	anaisrigot@gmail.com
Grangiens	Damien	damien.grangiens@gmail.com
André	David	dandre49@icloud.com
Beraud	Fiona	fiona.beraud@navercorp.com
Habaieb	abderrahmane	abderrahmane@habaieb.fr
Lérault	Antoine	antoine@joue-la.com

Planning

- 9 h 45 : David André : dandre49@icloud.com
- 10 h 15 : Jean-Baptiste Caire: jbcaille88@gmail.com
- 10 h 45 : Fiona Béraud : fiona.beraud@navercorp.com (si il y a un désistement d'ici la je trouverais un remplaçant)
- 11 h 15 : Chloé Le Cossec : chloe.l@stationf.co (elle espère ne pas avoir de retard)
- 11 h 45 : Jonathan Ja : 2ja@albatros.team

ANNEXE 11

Budgétisation

Annexe 11 : Budget projet

Projet PHYFA - JLC x Gobelins				Team Gobelins						
				MANAGEMENT		UX			TECH	
				Chef de Projet	Directeur de Projet	UX lead	UX/UI designer	UX research	Lead Dev	Testeur
#	ACTIVITÉS	LIVRABLES	TOTAL	800 €	950 €	900 €	750 €	750 €	850 €	650 €
1	DISCOVERY									
1.1	Eco-système Fantasy League	Enseignements recherche secondaire	4 475 €	5	0,5					
1.2	Recherche Utilisateur	Dossier REX proto whatsapp Enseignements recherche primaire (interviews & questionnaires)	7 275 €	1	0,5			8		
1.3	Synthèse	Synthèse Discovery	2 500 €	1	1			1		
2	CONCEPTION									
2.1	Persona/Co-conception	Dossier de conception (persona et parcours détaillés, userflow, architecture de l'app)	6 375 €	1	0,5	4	2			
2.2	Parcours/Wireframes	Wireframes (5 écrans clés et 10 déclinaisons)	4 650 €			1	5			
2.3	Prototype V1	Réalisation du proto	13 300 €	2		3	12			
2.4	UI design	Direction artistique Création des interfaces graphiques	4 550 €	1			5			
3	TESTS									
3.1	Tests utilisateur	Réalisation tests labo Ergo-design	1 500 €					2		
3.2	Synthèse	Synthèse Tests	800 €	1						
4	LIVRAISON LOT 1									
4.1	Itérations post-tests Qualité	Finalisation prototype app Documentation - Spécification fonctionnelle	2 875 €	3	0,5					
5	ITÉRATIONS									
5.1	Prototype V2	Collecte des retours Modification prototype	4 650 €			1	2	3		
6	PRODUCTION									
6.1	Réalisation de l'app	Rédaction spécifications Développement	68 850 €	3		3			75	
7	QUALITÉ									
7.1	Tests Qualité	Tests Corrections à la marge	4 300 €						2	4
8	LIVRAISON LOT 2									
8.1	Livraison finale	Présentation commanditaire Livraison des masters	2 650 €	1	1	1				
			128 750 €							